



---

# **BACHELORARBEIT**

---

Frau  
Alina Theiß

**„Work and Travel“ am anderen  
Ende der Welt. Auswertung  
einer empirischen Studie über  
das Reiseverhalten und die  
Reisemotive deutscher Work  
and Traveller in Neuseeland**

2017

---

# **BACHELORARBEIT**

---

**„Work and Travel“ am anderen  
Ende der Welt. Auswertung einer  
empirischen Studie über das Rei-  
severhalten und die Reisemotive  
deutscher Work and Traveller in  
Neuseeland**

Autorin:

**Frau Alina Theiß**

Studiengang:

**Business Management**

Seminargruppe:

**BM14sT1-B**

Erstprüfer:

**Prof. Hermann Mayer**

Zweitprüfer:

**Prof. Waldemar Berg**

Einreichung:

Bad Vilbel, 20.01.2017

---

# BACHELOR THESIS

---

## **„Work and Travel“ at the other end of the world. Evaluation of an empirical study about the travelling behaviour and moti- vations of German work and traveller in New Zealand**

author:

**Ms. Alina Theiß**

course of studies:

**Business Management**

seminar group:

**BM14sT1-B**

first examiner:

**Prof. Hermann Mayer**

second examiner:

**Prof. Waldemar Berg**

submission:

Bad Vilbel, 20.01.2017

## **Bibliografische Angaben**

Alina Theiß:

„Work and Travel“ am anderen Ende der Welt.  
Auswertung einer empirischen Studie über das Reiseverhalten und die Reisemotive deutscher Work and Traveller in Neuseeland

„Work and Travel“ at the other end of the world.  
Evaluation of an empirical study about the travelling behaviour and motivations of German work and traveller in New Zealand

92 Seiten

Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

## **Abstract**

Die hier vorliegenden Bachelorarbeit untersucht das Reiseverhalten sowie die Reisemotive der deutschen Work and Traveller in Neuseeland. Hierzu wurde ein Web-Survey „Das Reiseverhalten der deutschen Teilnehmer an einem Work and Travel in Neuseeland“ mit 200 Personen durchgeführt. Die derzeitige Forschung unterscheidet Backpacker und Work and Traveller eher unscharf voneinander, sodass eine eigenständige Definition erarbeitet wurde: Work and Traveller können als Untergruppe der Backpacker-Touristen verstanden werden.

Der empirische Teil analysiert das Reiseverhalten und die Reisemotivation der Teilnehmer. Deutsche Work and Traveller reisen vorwiegend alleine, haben eine lange Reisezeit zur Verfügung und das Ziel sich persönlich weiterzuentwickeln. Im Vergleich zu anderen Studien konnte festgestellt werden, dass ihr Verhalten und ihre Motive mit denen der allgemeinen Backpacker übereinstimmen, jedoch nicht mit denen der deutschen Backpackern in Neuseeland.

Die Bachelorarbeit ist für die Tourismusforschung sowie den neuseeländischen Tourismussektor von Interesse, da diese ihr Angebot besser nach den Work and Travellern ausrichten können, wenn sie deren Motive und Verhalten beim Reisen kennen.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>VIII</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>IX</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Zielsetzung .....	1
1.3 Methodisches Vorgehen .....	2
<b>2 Aktueller Forschungsstand der relevanten Begrifflichkeiten.....</b>	<b>4</b>
2.1 Backpacker .....	4
2.1.1 Definition: Backpacker .....	4
2.1.2 Vorgeschichte der Backpacker .....	7
2.1.3 „Alle reisen, doch niemand möchte Tourist sein“ .....	8
2.1.4 Backpacking als Tourismusform .....	9
2.2 Work and Traveller .....	10
2.2.1 Definition: Work and Traveller.....	10
2.2.2 Angebote für Work and Travel-Teilnehmer .....	11
2.3 WWOOFing .....	11
2.3.1 Definition: WWOOFing.....	11
2.3.2 Gründung der WWOOF Organisation .....	12
<b>3 Reisemotive.....</b>	<b>13</b>
3.1 Reisemotive der deutschen Touristen .....	13
3.2 Reisemotive der Backpacker.....	16
3.3 Fazit.....	17
3.4 Auslandsaufenthalt - ein Pflichterlebnis im Lebenslauf .....	18
<b>4 Reiseverhalten .....</b>	<b>19</b>
4.1 Reiseverhalten der deutschen Touristen.....	19
4.2 Reiseverhalten der Backpacker.....	21
4.3 Fazit.....	22
<b>5 Work and Travel.....</b>	<b>23</b>
5.1 Rechtliche Bestimmungen und Entstehung.....	23

---

5.2	Forschungsergebnisse .....	23
5.3	Working-Holiday-Programm, Neuseeland .....	24
<b>6</b>	<b>Methodik und Forschungsdesign .....</b>	<b>26</b>
6.1	Web-Survey .....	26
6.2	Der Fragebogen und sein Erstellungsprozess .....	27
6.3	Durchführung der Befragung .....	28
6.4	Grenzen der Untersuchung .....	29
6.5	Ziele der Untersuchung .....	29
<b>7</b>	<b>Auswertung der eigenen Untersuchung.....</b>	<b>30</b>
7.1	Die Gruppe der Befragten .....	30
7.2	Geschlechterhypothese.....	33
7.2.1	Ergebnisse .....	33
7.2.2	Fazit .....	39
7.3	Altershypothese.....	41
7.3.1	Ergebnisse .....	41
7.3.2	Fazit .....	45
7.4	Einmaligkeits-Hypothese .....	46
7.4.1	Ergebnisse .....	47
7.4.2	Fazit .....	53
7.5	Hypothese zum interkulturellen Austausch .....	54
7.5.1	Ergebnisse .....	54
7.5.2	Fazit .....	57
<b>8</b>	<b>Bezug der Forschung über Backpacker zu den empirischen Daten .....</b>	<b>58</b>
<b>9</b>	<b>Vergleich zwischen zwei Studien zu deutschen Backpackern und deutschen Work and Travellern .....</b>	<b>60</b>
<b>10</b>	<b>Handlungsempfehlungen für den Tourismussektor .....</b>	<b>62</b>
<b>11</b>	<b>Resümee.....</b>	<b>64</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>X</b>
	<b>Anlagen .....</b>	<b>XVII</b>

---

## Abkürzungsverzeichnis

ATLAS.....Asociation of Tourism and Leisure Education

APAC .....Asien-Pazifik

BRG.....Backpacker Research Group

FUR.....Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen

ISTC.....International Student Travel Confederation

SWOT.....Strenghts, Weaknesses, Opportunities and Threats

UK.....United Kingdom

UNWTO.....United Nations World Tourism Organization

USA.....Vereinigte Staaten von Amerika

WWOOF.....Working Weekends on Organic Farms, Willing Workers on Organic  
Farms, World Wide Opportunities on Organic Farms oder  
We're Welcome on Organic Farms

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Reisemotive der FUR.....	15
Abbildung 2: Geschlecht .....	30
Abbildung 3: Alter .....	31
Abbildung 4: Bundesländer .....	32
Abbildung 5: Arbeitsverhältnis.....	32
Abbildung 6: Beziehungsstatus.....	33
Abbildung 7: Reiseplan .....	34
Abbildung 8: Reiseorganisation .....	34
Abbildung 9: Reisepartner.....	35
Abbildung 10: Schlafplatz.....	35
Abbildung 11: Reisemittel .....	36
Abbildung 12: Aktivität; Sport/Extremsport.....	36
Abbildung 13: Aktivität; in der Natur sein .....	37
Abbildung 14: Neuseelandmotiv; Landschaft/Natur .....	37
Abbildung 15: Neuseelandmotiv; Klima .....	38
Abbildung 16: Motiv; die Landschaft genießen .....	38
Abbildung 17: Motiv; Abenteuer/Einmaliges/Unvergessliches erleben .....	39
Abbildung 18: Motiv; mich entspannen/Gelassenheit finden .....	39
Abbildung 19: Verhältnis zwischen Reisen und Arbeiten .....	41
Abbildung 20: Motiv; feiern und Party machen .....	42
Abbildung 21: Motive; Berufserfahrungen sammeln .....	42
Abbildung 22: Motiv; Geld verdienen .....	43
Abbildung 23: Aktivität; Akademisches .....	43
Abbildung 24: Informationsquelle bei der Jobsuche .....	44
Abbildung 25: Neuseelandmotiv; weite Entfernung zu Deutschland.....	44
Abbildung 26: Motiv; Abstand zur Heimat schaffen .....	45
Abbildung 27: Motive; dem Alltag entfliehen .....	45
Abbildung 28: Work and Travel Erfahrungen .....	47
Abbildung 29: Anzahl der absolvierten Work and Travel .....	47
Abbildung 30: Orte der vorherigen Work and Travel.....	48
Abbildung 31: Lebensabschnitt.....	48
Abbildung 32: Geplante Reisedauer .....	49
Abbildung 33: Reisemonate .....	50
Abbildung 34: Motiv; lernen, sich von materiellen Gütern zu befreien .....	50
Abbildung 35: Motiv; Englischkenntnisse verbessern .....	51
Abbildung 36: Motiv; persönlich weiterentwickeln.....	51
Abbildung 37: Motiv; das Alleinsein genießen/mich selbst finden.....	51
Abbildung 38: Wunsch nach Anerkennung .....	52
Abbildung 39: Initiatoren .....	52
Abbildung 40: Persönlichkeitsmotive .....	53
Abbildung 41: Neuseelandmotiv; Menschen/Kultur .....	55
Abbildung 42: Aktivität; Kulturelles/Soziales .....	55
Abbildung 43: Gleichgesinnte treffen .....	56
Abbildung 44: Motiv; Einheimische kennenlernen .....	56
Abbildung 45: Gedanke über das Auswandern.....	57



---

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Urlaubsmotive der Haupturlaubsreise .....	14
Tabelle 2: Motivation der Backpacker mit durchschnittlicher Gewichtung .....	17
Tabelle 3: Das Reiseverhalten der Backpacker und der Touristen im Vergleich. ....	22

# 1 Einleitung

Angehende Akademiker, die in den frühen Morgenstunden bei stürmischem Unwetter auf dem Feld Kiwis pflücken und junge Menschen, welche jede Nacht in einem Packhaus sitzen, um diese dann versandfertig zu machen.<sup>1</sup> Warum reisten 3.645 junge Deutsche vom November 2015 bis zum November 2016<sup>2</sup> 18.363,21 Kilometer<sup>3</sup> weit, damit sie dann am Ende der Welt schwere körperliche Arbeit ausführen und schlecht bezahlt werden? Was erhoffen sie sich dort, und wie verhalten sie sich vor Ort? Die hier vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit diesen und ähnlichen Fragen und erörtert mögliche Antworten, mit Hilfe einer empirischen Datenerhebung und bestehender Fachliteratur.

## 1.1 Problemstellung

Der Tourismussektor der jungen Reisenden ist laut Richards und Wilson der am stärksten wachsende Bereich und gewinnt somit zunehmend an Bedeutung.<sup>4</sup> Dennoch ist er in einigen seiner Teilelemente beinahe unerforscht und wirft Fragen auf. Manche Forschungsliteratur mit dem Schwerpunkt Backpacker ist zu finden, allerdings befassen sich nicht viele mit Work and Travellern. Dies ist erstaunlich, da es sich hierbei um kein neues unter jungen Erwachsenen verbreitetes Reisephänomen handelt. Work and Travel mit seiner passenden Visums-Form gibt es bereits seit 1980.<sup>5</sup> Auf der Suche nach einer genauen Definition der Begrifflichkeiten wird man in der bisherigen Forschungsliteratur nach Recherche der Autorin nur bedingt fündig.

## 1.2 Zielsetzung

Die hier vorliegende Arbeit soll Klarheit in dieses begriffliche Dilemma bringen und Aufschluss darüber geben, welche Beweggründe deutsche Work and Traveller nach Neuseeland (Aotearoa) treiben und welches Reiseverhalten sie hierbei aufweisen. Um dies zu ermöglichen, wurde über einem Zeitraum von drei Monaten eine empirische Datenerhebung („Das Reiseverhalten der deutschen Teilnehmer an einem Work and Travel in Neu-

---

<sup>1</sup> Vgl. Sommer, 2013: S. 114.

<sup>2</sup> Vgl. Statistic New Zealand, 2016: Tabelle 12.

<sup>3</sup> Vgl. Luftlinie, 2016: o.S.

<sup>4</sup> Vgl. Richards/Wilson, 2003: S. 10.

<sup>5</sup> Vgl. Embassy of Japan in Australia, 2016: o.S.

seeland“) durchgeführt, deren Fundament die folgenden vier Hypothesen bildeten und Kernstück der Auswertung darstellen:

**Geschlechterhypothese:**

- Frauen planen alles bis ins kleinste Detail und sind geselliger als Männer.
- Frauen ist die Sicherheit sehr wichtig, Männer sind abenteuerlustiger.
- Männer haben ein größeres Interesse an sportlichen Aktivitäten, Frauen wollen sich lieber entspannen und die Landschaft genießen.

**Altershypothese:**

- Die jüngeren Teilnehmer bevorzugen das Reisen, die älteren das Arbeiten.
- Jüngere Work and Traveller machen Party, ältere sammeln Berufserfahrungen und verdienen Geld.
- Die jüngeren agieren im Zuge des Fluchtmotives, die älteren nicht.

**Einmaligkeits-Hypothese:**

- Die Work and Travel-Teilnehmer nutzen das Working-Holiday-Programm als einmalige Chance zwischen zwei Lebensabschnitten und kosten es in vollen Zügen aus.
- Die Work and Travel-Teilnehmer erhoffen sich Anerkennung.
- Die Work and Travel-Teilnehmer bereiten sich mit Hilfe des Work and Travel auf neue Herausforderungen vor und wollen sich persönlich weiterentwickeln.

**Hypothese zum interkulturellen Austausch:**

- Work and Traveller reisen, um die Menschen und die Kultur des fremden Landes kennenzulernen und Gleichgesinnte aus der ganzen Welt zu treffen.
- Alle Work and Travel-Teilnehmer wollen zu einem späteren Zeitpunkt auswandern.

Schlussendlich sollen die Merkmale der deutschen Work and Traveller in Neuseeland mit dem allgemeinen Bild der Backpacker und den deutschen Backpackern in Neuseeland auf Unterschiede und Gemeinsamkeiten hin untersucht werden.

## 1.3 Methodisches Vorgehen

Bevor mit der Präsentation der Ergebnisse begonnen werden kann, muss ein Grundverständnis für die Thematik aufgebaut werden. Hierfür werden in Kapitel 2 die begrifflichen Unklarheiten mit Hilfe der Fachliteratur behoben und eine Eingliederung in den Touris-

mussektor vorgenommen. Anschließend werden in Kapitel 3 und 4 die Reisemotive und das Reiseverhalten aller Touristen weltweit mit denen der Backpacker verglichen. Nachdem die theoretische Grundlage für den schnellstwachsenden Tourismussektor der jungen Reisenden dargestellt wurde, richtet sich der Fokus der Arbeit auf das Work and Travel Programm, seine Entstehungsgeschichte und die erfolgten wissenschaftlichen Forschungen (Kapitel 5). Kapitel 6 dient dem Verständnis für die verwendete Methodik der durchgeführten Studie, und schließlich werden in Kapitel 7 die erhobenen Daten anhand der oben erwähnten Hypothesen ausgewertet und jeweils ein Fazit gezogen. Die neu gewonnen Erkenntnisse werden in Kapitel 8 mit Aussagen über Backpacker verglichen. Das Reiseverhalten der deutschen Backpacker wird mit dem der deutschen Work and Traveler in Kapitel 9 auf Unterschiede und Gemeinsamkeiten hin untersucht. Schließlich erfolgen in Kapitel 10 mögliche Handlungsempfehlungen mit dem Schwerpunkt Neuseeland, bevor im letzten Kapitel der Abschluss in Form einer Zusammenfassung der wichtigsten Aspekte dieser Arbeit erfolgt.

Im Fortlauf dieser Arbeit wurde sich bewusst für eine genderneutrale Schreibweise entschieden, um eine erhöhte Lesbarkeit des Textes zu gewähren. Die englische Literatur in dem hier verwendeten Themengebiet ist dominant. Im Verlauf dieser Arbeit wurden demnach einige englische Veröffentlichungen integriert. Diese wurden von der Autorin eigenständig übersetzt, sofern nichts anderes angegeben wird. Eine persönliche Interpretation kann nicht ausgeschlossen werden.

## 2 Aktueller Forschungsstand der relevanten Begrifflichkeiten

Bezeichnungen wie Backpacker, WWOOFer, Work and Traveller, Rucksackreisende, Touristen, Travel-Worker und viele andere werden häufig in dieser Arbeit verwendet und stellen einen grundlegenden Bestandteil dar. Im folgenden Kapitel soll geklärt werden, was unter diesen Reiseformen verstanden werden kann, worin sie sich unterscheiden, wie sie zusammenhängen und welche Begriffe synonym füreinander Verwendung finden.

### 2.1 Backpacker

Um ein grundlegendes Verständnis für die Backpacker aufzubauen, wird im Folgenden das Phänomen Backpacker definiert und von anderen Reiseformen abgegrenzt. Desweiteren wird geklärt, ob Rucksackreisende Touristen sind oder ob sie eine eigene Reiseform darstellen.

#### 2.1.1 Definition: Backpacker

Eine der bekanntesten Definitionsansätze ist Pearces Unterscheidung zwischen Backpackern und anderen Reisegruppen. Diese besagt, dass die folgenden fünf Punkte für eine Unterscheidung von großer Bedeutung sind: Backpacker benutzen preisgünstige Unterkünfte, tendieren zu einem überdurchschnittlich langen Urlaub, sind vorwiegend unter 40 Jahren alt, haben einen flexiblen Reiseplan sowie den Wunsch, an sozialen und partizipativen Aktivitäten teilzunehmen.<sup>6</sup>

O'Reilly unterstützt Pearces Unterscheidung und nennt drei Merkmale, welche auf die meisten Backpacker zutreffen. Hierbei handele es sich um die Reisedauer, die Reisemethode sowie die Einstellung gegenüber dem Reisen. Die Reise dauert lang, sie wird nicht in Wochen, sondern in Monaten oder sogar Jahren gezählt. Die Reisemethode hat ihren Schwerpunkt auf der Wahl der Fortbewegungsmittel und der Unterkünfte unter Beachtung des geringen zur Verfügung stehenden Budgets. Bei der Einstellung gegenüber der Reise handelt es sich um das wichtigste Merkmal: Die Backpacker haben ihre Reise im Vorfeld kaum geplant, haben einen flexiblen Zeit- und Reiseplan und sind für Änderungen offen.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Vgl. Pearce/Murphy/Brymer, 2009: S. 10.

<sup>7</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 999.

Diese Merkmale sind nicht bei allen Backpackern gleich ausgeprägt: Der ideale „Drifter“ (siehe 2.1.2) ist sehr spontan, während die „Gap Year Travellers“ an organisierten Projekten teilnehmen und meist am Ende ihres Auslandsaufenthaltes für kurze Zeit im Land umher reisen.<sup>8</sup> Die Work and Traveller (siehe 2.2) sowie die WWOOFer (siehe 2.3) planen ihre Route teilweise anhand der Saisonarbeit.<sup>9</sup>

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Backpacker anhand der folgenden Merkmale von anderen Touristenformen abgegrenzt werden können:

- Sie haben ein geringes Budget (Reisemethode).
- Sie reisen eine lange Zeit.
- Sie haben einen flexiblen Reiseplan.
- Sie sind vorwiegend junge Menschen.<sup>10</sup>

Aufgrund der wachsenden Popularität ist die Vielfalt der Backpacker immens, und es ist schwierig, sie klar innerhalb ihrer Tourismusgruppe zu definieren. Die Unterschiede begründen sich mit dem Alter, der Nationalität, der Reisemotivation, der Reiseorganisation, dem Lebensabschnitt, in welchem sie sich befinden, und in weiteren Aspekten. Diese Unterschiede werden auf der Kha San Road in Bangkok, welche eine der bekanntesten Backpacker-Straßen der Welt ist, deutlich sichtbar. Sie dient als Durchreisestation für internationale Backpacker. Hier treffen Schüler, Studenten, Freiwillige unterschiedlichster Organisationen, Absolventen des Militärdienstes und andere Backpacker aufeinander.<sup>11</sup>

Gemeinsamkeiten vieler Backpacker sind auf der Gefühlsebene zu erkennen. Sie verspüren das Gefühl von Freiheit, fernab von heimatlichen und persönlichen Zwängen. Sie können sich frei entfalten, ohne Erwartungen anderer erfüllen zu müssen. Sie glauben, dass das Reisen zu einer Entwicklung ihres Selbstbewusstseins und ihrer Selbsterkenntnis führen kann. Am Ende ihrer Reise realisieren viele Backpacker, dass dieses Abenteuer ihre Sehnsucht nicht gestillt hat, sondern das Bedürfnis nach mehr geweckt wurde.<sup>12</sup>

Laut Sørensen sind Backpacker zum Großteil westlicher Herkunft und weisen ein Bildungsniveau auf, das sich mindestens auf dem durchschnittlichen Level wie in ihrem Heimatland befindet. Die Reisedauer liegt zwischen zweieinhalb und 18 Monaten, wobei

---

<sup>8</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 1001.

<sup>9</sup> Vgl. Cooper/O'Mahoney/Erfurt, 2004: S. 185 ff.

<sup>10</sup> Vgl. Pearce/Murphy/Brymer, 2009: S. 10.

<sup>11</sup> Vgl. Sørensen, 2003: S. 847 f.

<sup>12</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 999.

vier bis acht Monate gewöhnlich sind.<sup>13</sup> Die Backpacker befinden sich zum Zeitpunkt ihrer Reise zwischen zwei Lebensabschnitten<sup>14</sup> und geben an, dass sie alleine oder mit einer weiteren Person reisen. Festzuhalten ist allerdings, dass sie sich vor Ort meist in Gruppen zusammenschließen und gemeinsam für ein paar Tage oder Wochen reisen, um sich dann wieder zu trennen und einer anderen Gruppe anzuschließen.<sup>15</sup>

Der durchschnittliche Backpacker kann somit mit den folgenden Merkmalen beschrieben werden.

- Ist westlicher Herkunft.
- Hat ein durchschnittliches/hohes Bildungsniveau.
- Hat für die Reise ein großes Zeitfenster zur Verfügung.
- Startet die Reise alleine oder mit einer weiteren Person.<sup>16</sup>
- Hat das Bedürfnis, sich selbst kennenzulernen.
- Unterliegt keinen Verpflichtungen im Heimatland.<sup>17</sup>
- Besitzt einen flexiblen Reiseplan.
- Ist unter 40 Jahre alt.
- Hat ein geringes Budget zur Verfügung.<sup>18</sup>
- Befindet sich zwischen zwei Lebensabschnitten.<sup>19</sup>

Weitere Merkmale der Rucksackreisenden sowie deren Motive und ihr Reiseverhalten werden in den Abschnitten 3.2 und 4.2 näher erörtert, weswegen an dieser Stelle nicht weiter darauf eingegangen wird. Die Begriffe Backpacker, Rucksackreisende und Rucksacktouristen können synonym füreinander verwendet werden und unterliegen keiner Wertung. Der Begriff Backpacker wird häufiger verwendet, da der Großteil der Fachliteratur in der englischen Sprache verfasst und der Begriff mittlerweile ins Deutsche übernommen wurde<sup>20</sup>.

---

<sup>13</sup> Vgl. Sørensen, 2003: S. 852 f.

<sup>14</sup> Vgl. Riley, 1988: S. 317.

<sup>15</sup> Vgl. Sørensen, 2003: S. 852 ff.

<sup>16</sup> Vgl. Sørensen, 2003: S. 847 ff.

<sup>17</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 999.

<sup>18</sup> Vgl. Pearce/Murphy/Brymer, 2009: S. 10.

<sup>19</sup> Vgl. Riley, 1988: S. 317.

<sup>20</sup> Vgl. Dudenredaktion, 2006: S. 222.

## 2.1.2 Vorgeschichte der Backpacker

Die Grand Tour des 16. und 17. Jahrhunderts kann als Vorläufer des Backpackings betrachtet werden. In diesem Zeitalter reisten aristokratische junge Menschen, um an fremden Höfen deren Sitten kennenzulernen. Oft kamen sie zurück, hatten neue Vorlieben entwickelt und sahen die heimischen Sitten als überholt an.<sup>21</sup> Heutzutage erhoffen sich Backpacker durch ihre Reise, sich selbst zu finden und die eigene Identität zu festigen.<sup>22</sup>

Laut Adler kann das "tramping" ebenfalls als Vorläufer des Backpackings gesehen werden. Hierbei handelt es sich um eine Art Grand Tour für arbeitende Männer, die im 17. und 18. Jahrhundert stattfand und deren Schwerpunkt auf dem arbeitsbezogenen Reisen und nicht der zweckfreien Reise lag.<sup>23</sup> So wird der Zusammenhang zu den heutigen Backpackern hergestellt, welche ihre Reisen mit dem Arbeiten verbinden, um entweder das Reisegeld aufzufüllen oder Erfahrungen für die spätere Karriere zu sammeln.<sup>24</sup>

Desweiteren kann der „Drifter“ als Prototyp des Backpackers betrachtet werden. Hierunter werden Jugendliche verstanden, die aus der Überfluggesellschaft fliehen und Erlösung in anderen Ländern suchen.<sup>25</sup> Die „Drifter“ hatten ihre Hochphase in den 60er und 70er Jahren, wurden häufig als Hippies bezeichnet und genossen keine hohe Akzeptanz.<sup>26</sup> Vier Merkmale zeichnen einen „Drifter“ aus: Er kommt wenig mit der Tourismusindustrie in Berührung, hat keinen festgelegten Zeitplan, verfügt über ein beschränktes Budget und ist ein Abenteurer. Diese Merkmale weist nach Cohen der ideale Backpacker auf, ein Ideal, das heute nur noch sehr selten erreicht wird.<sup>27</sup>

1990 taucht der Begriff Backpacker zum ersten Mal in der Literatur auf, eingeführt von dem australischen Professor Phillip L. Pearce. Seine Definitionen und Argumente werden noch heute in vielen Forschungen als Grundlage genommen und wurden bereits im vorherigen Kapitel näher erörtert.<sup>28</sup>

---

<sup>21</sup> Vgl. Opaschowski, 2002: S. 31 ff.

<sup>22</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 1004.

<sup>23</sup> Vgl. Adler, 1985: S. 336 f.

<sup>24</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 1005.

<sup>25</sup> Vgl. Kröger/Vetter, 2009: S. 8.

<sup>26</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 1005.

<sup>27</sup> Vgl. Cohen, 1972: S. 176.

<sup>28</sup> Vgl. Ateljevic/Doorne, 2004: S. 65.



Im Laufe der letzten Jahre hat der Backpacker-Trend weiter zugenommen.<sup>29</sup> Das Backpacking genießt im Vergleich zu früher ein hohes Ansehen und wird meist von jungen Menschen ausgeführt, welche sich persönlich weiterentwickeln wollen und die Backpacking-Reise als eine willkommene und fröhliche Auszeit betrachten, bevor sie sich erneut dem Berufsleben oder dem Erwachsensein zuwenden müssen.<sup>30</sup> Laut O'Reilly haben sich zudem das Ansehen und der Status, als Backpacker zu reisen, geändert. Es gilt mittlerweile als Ausrede für eine Auszeit gegenüber den Verpflichtungen, welche zu Hause warten, um sich ganz dem Abenteuer und der Freizeit zu widmen. Aufgrund der hohen Popularität und der einfachen Umsetzbarkeit hat das Backpacking seinen Status als alternativer Lifestyle und ungewöhnliche Aktivität beinahe verloren. Dennoch ist festzuhalten, dass sich für die heutigen Backpacker das Reisen weiterhin abenteuerlich, gefährlich und aufregend anfühlt und einen hohen Einfluss auf ihr Leben hat.<sup>31</sup>

### 2.1.3 „Alle reisen, doch niemand möchte Tourist sein“<sup>32</sup>

Dieses Zitat von Christoph Hennig beschreibt die Touristenlage sehr gut. Alle Menschen verreisen, doch aufgrund des negativ ausgelegten Bildes des Touristen, welches in vielen Publikationen aufgegriffen wird, möchte kein Reisender als solcher titulierte werden. Touristen werden als minderwertige Wesen, fast nicht mehr menschlich bezeichnet,<sup>33</sup> sie sollen in Scharen über Städte oder andere Touristenattraktionen herfallen und so lästig wie Insekten sein.<sup>34</sup> Es ist demnach nicht verwunderlich, dass die Rucksackreisenden diese Bezeichnung ablehnen.

Bevor näher darauf eingegangen werden kann, ob der Backpacker ein Tourist ist oder nicht, muss zuerst geklärt werden, was unter einem Touristen beziehungsweise Tourismus verstanden wird. Die bekannteste Definition von Tourismus ist die der UNWTO<sup>35</sup>, welche als Grundlage dieser Arbeit fungieren wird.

---

<sup>29</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 1005.

<sup>30</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 998.

<sup>31</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 1006.

<sup>32</sup> Hennig, 1999: S. 13.

<sup>33</sup> Vgl. Hennig, 1999: S. 13 ff.

<sup>34</sup> Vgl. Hennig, 1999: S. 15 nach Culler, 1988: o.S.

<sup>35</sup> Vgl. Hofstätter, 2010: S. 18.

*„Tourismus umfasst die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten.“<sup>36</sup>*

Laut Bauman ist der Tourist ein Sammler von Erfahrungen, der seine Abenteuer bewusst auswählt. Hierbei spielt die gefahrlose Ausgefallenheit des Ortes eine immense Rolle. Der Tourist möchte Gefahren gebucht und nur mit der nötigen Sicherheit erleben. Ein weiterer Aspekt der Sicherheit des Touristen ist sein Zuhause. Es ist ein Zufluchtsort, zugleich aber auch ein Gefängnis, das ihn an einen Ort und die damit verbundenen Verpflichtungen bindet.<sup>37</sup>

Hieraus wird unter Berücksichtigung der vorher beschriebenen Merkmale ersichtlich, dass Backpacker wohl Touristen sind, sich aber in wichtigen Aspekten von der Mehrheit der Touristen unterscheiden. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Backpacker in der hier vorliegenden Arbeit eine Sonderform des Tourismus darstellen.<sup>38</sup>

## **2.1.4 Backpacking als Tourismusform**

Backpacker sind überall auf der Welt anzutreffen, von einem kleinen Dorf im Hindu Kush bis hin zu den Metropolen London und Paris.<sup>39</sup> Es ist heutzutage beinahe normal geworden, dass Menschen nach dem Studium vor der ersten Arbeitsstelle ein Jahr Pause machen. Diese Veränderung sorgte dafür, dass der Backpacker-Markt wuchs.<sup>40</sup>

Einige Entwicklungen vereinfachten das Backpacking: Aufgrund des technologischen Fortschritts stellt die Überwindung großer Distanzen keine Herausforderung mehr dar. Das Internet beschleunigt die Kommunikation mit der Familie und den Freunden gegenüber dem Schreiben von Briefen, und auch das Angebot von günstigen internationalen Anrufmöglichkeiten vereinfacht den Kontakt zur Heimat enorm. Viele Backpacker greifen darauf zurück und erstellen eine eigene Website während ihrer Reise. Hier können sie alle Interessierten auf dem Laufenden halten und müssen nicht zum wiederholten Male dasselbe schreiben.<sup>41</sup> Nachdem die Nachfrage der Rucksacktouristen stieg, reagierte die Tourismusbranche mit Angeboten, welche auf die Bedürfnisse der Backpacker zuge-

---

<sup>36</sup> Freyer, 2006: S. 2.

<sup>37</sup> Vgl. Bauman, 2007: S. 156 ff.

<sup>38</sup> Vgl. Hofstätter, 2010: S. 19.

<sup>39</sup> Vgl. Hannam/Ateljevic, 2008: S. 1.

<sup>40</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 1005.

<sup>41</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 1009 nach Germann-Molz, 2004: o.S.

schnitten sind. Es entstanden eigene Reiseführer, Reiseratgeber, Webseiten, Artikel über das Backpacking und Erlebnisberichte.<sup>42</sup> Desweiteren setzten Reisebüros, wie zum Beispiel STA TRAVEL, ihren Schwerpunkt auf die jungen Abenteuerlustigen und stellen für jeden ein individuelles Angebot zur Verfügung.<sup>43</sup>

## 2.2 Work and Traveller

Im folgenden Kapitel wird die Gruppe der Work and Traveller beschrieben. In Kapitel 7 wird dann das Phänomen der deutschen Work and Travel-Teilnehmer anhand der erfolgten empirischen Forschung und im Sinne der Selbstdarstellung und Selbstwahrnehmung der Teilnehmer genauer analysiert.

### 2.2.1 Definition: Work and Traveller

Unterschiedliche Konzeptionen verbergen sich hinter der Bezeichnung Work and Travel. Diese setzt sich aus zwei Wörtern zusammen, die einzeln betrachtet eine große Entstehungs- und Bedeutungsgeschichte aufweisen, allerdings nicht in dieser Kombination.<sup>44</sup>

Laut Krämer und Haase können Work and Travel-Teilnehmer wie folgt beschrieben werden: Sie haben eine große räumliche Distanz zwischen sich und ihr Heimatland gebracht, befinden sich in relativer Freiheit von finanziellen, familiären und beruflichen Verpflichtungen, sind zwischen 18 und 35 Jahre alt und besitzen ein spezielles Visum, das sie zum Reisen und Arbeiten in dem jeweiligen Land ermächtigt. Bei der Einreise müssen sie über ein Mindestvermögen von drei- bis viertausend Euro verfügen.

Im Fortgang dieser Arbeit wird davon ausgegangen, dass Work and Traveller eine Untergruppe der Backpacker darstellen, da sie die meisten Merkmale der Rucksacktouristen aufweisen. Über die gemeinsamen Merkmale hinaus zeichnen drei besondere Kennzeichen die Work and Traveller aus:

- Working-Holiday-Visum (oder ähnlich genanntes).
- Aufgrund des Visums: festgelegte Altersgruppe, Nationalität, Mindestvermögen etc.
- Motivation, im Reiseland zu arbeiten und Geld zu verdienen.

---

<sup>42</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 1011.

<sup>43</sup> Vgl. STA TRAVEL, o.J.: o.S.

<sup>44</sup> Vgl. Krämer/Haase, 2012: S. 36.

Die Annahme, dass eine Motivation zum Arbeiten besteht, liegt in der Visums-Art begründet. Ob das Arbeiten allerdings erfolgt, um sich das Reisen an sich leisten zu können oder um Erfahrungen zu sammeln, kann nicht festgestellt werden. Die Begriffe Work and Traveller, Travel-Worker, Teilnehmer an einem Work and Travel Programm werden synonym füreinander verwendet und unterliegen keiner Wertung.

### **2.2.2 Angebote für Work and Travel-Teilnehmer**

Mit der wachsenden Popularität einer Work and Travel Reise entstand eine Vielzahl von Dienstleistungsunternehmen, welche ihren Fokus auf diese neue Reisegruppe legen. Einige der bekanntesten Anbieter sind: TravelWorks, Stepin, Praktikawelten, iSt International Sprach- und Studienreisen sowie Active Abroad.<sup>45</sup> Die Angebotspalette ist beachtlich, so bietet bereits alleine TravelWorks vier Work and Travel Programme für Neuseeland an (Start & Discover Neuseeland, Start & Fun Neuseeland, Basic-Paket Neuseeland und das Premium Paket).<sup>46</sup> So findet jeder Backpacker das richtige Paket für sich.

## **2.3 WWOOFing**

Jeder Backpacker kommt während seiner Reisezeit mit dem WWOOFing in Berührung. Was das WWOOF Konzept ist, wie es entstand und weitere Aspekte dieser Reiseform werden im Folgenden beschrieben.

### **2.3.1 Definition: WWOOFing**

Das Akronym WWOOF wird unterschiedlich gefüllt: „Working Weekends on Organic Farms“, später: „Willing Workers on Organic Farms“, „World Wide Opportunities on Organic Farms“ und „We’re Welcome on Organic Farms“.<sup>47</sup>

Das WWOOF Konzept ermöglicht es freiwilligen Helfern, auf biologischen Bauernhöfen zu arbeiten. Sie arbeiten zwischen vier und sechs Stunden für ihre Gastfamilie und erhalten dafür kostenlose Kost und Logis sowie die Möglichkeit, die unterschiedlichsten Fähigkeiten zu erlernen und ihr Wissen zu erweitern. Die Aufenthaltsdauer wird zwischen der Gastfamilie und dem WWOOFer individuell abgesprochen, meist sind es ein oder zwei

---

<sup>45</sup> Vgl. Sommer, 2013: S. 21.

<sup>46</sup> Vgl. TravelWorks, o.J.: o.S.

<sup>47</sup> Vgl. WWOOF International, 2016a: o.S.

Wochen. Die auszuführenden Tätigkeiten entsprechen den Fähigkeiten des Freiwilligen und dem Schwerpunkt des Bauernhofes. Um eine WWOOF-Farm zu finden, muss sich der freiwillige Helfer bei der WWOOF Organisation des gewünschten Ziels anmelden.<sup>48</sup> In Neuseeland fällt eine Anmeldegebühr von 40 NZ Dollar an, dann können alle Online Aktivitäten der Homepage ein Jahr lang genutzt werden. Deutsche müssen in Aoteaora als WWOOFer ein Working-Holiday-Visum besitzen.<sup>49</sup> Die WWOOFer werden in der hier vorliegenden Arbeit als eine Unterform der Work and Traveller betrachtet. Der markanteste Unterschied liegt in der Bezahlung der Arbeit: WWOOFer arbeiten für den Austausch materieller und immaterieller Güter, aber nicht gegen eine entgeltliche Entlohnung.

### 2.3.2 Gründung der WWOOF Organisation

Im Jahr 1971 startete Sue Coppard das WWOOFing, um Menschen Zugang zu einer ländlichen Umgebung zu gewähren. Mit der „Soil Association“ organisierte sie ein Wochenende für vier Personen auf einem biologisch dynamischen Bauernhof in Sussex, England. Hier arbeiteten die Teilnehmer für Kost und Logis. Dieses Projekt erwies sich als sehr erfolgreich, mehrere Bauernhöfe schlossen sich an und andere Länder folgten dem Beispiel. Heute gibt es 60 nationale WWOOF Organisationen und weitere 55 Länder mit WWOOF Angeboten, die keine eigene WWOOF Organisation im Land aufweisen. Die Organisationen sind unabhängig und unterliegen keiner zentralen Verwaltung. Lediglich zwei Organisationen verwalten die Website der generellen Informationen und WWOOF Gastgeber in Ländern, welche keine eigene Organisation haben. Im Jahre 2010 gab es weltweit 11.899 WWOOF Gastgeber und 80.014 WWOOFers.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Vgl. WWOOF International, 2016b: o.S.

<sup>49</sup> Vgl. WWOOF New Zealand, o.J.: o.S.

<sup>50</sup> Vgl. WWOOF International, 2016a: o.S.

### 3 Reisemotive

In diesem Kapitel werden die Reisemotive und die Reisemotivation der deutschen/deutschsprachigen Touristen sowie der Backpacker untersucht. Dafür werden zunächst die Begriffe Motive und Motivation einer Reise genauer definiert.

Motivation ist eine „Bezeichnung für die hypothetische Summe jener Motive, die bestimmten Verhaltensweisen oder Handlungen vorausgehen und sie leitend (insbesondere richtungsweisend sowie fördernd beziehungsweise hemmend) beeinflussen.“<sup>51</sup> Unter Motiven werden zudem Beweggründe oder Leitgedanken verstanden, welche der Anlass für ein bestimmtes Verhalten sind. Diese können bewusst oder unbewusst wirken.<sup>52</sup> Entsprechend kann unter Reisemotivation eine Kombination von unterschiedlichen Motiven verstanden werden, welche den Reisenden zu seiner Reise veranlasst.

#### 3.1 Reisemotive der deutschen Touristen

In der ADAC Trendforschung 2015<sup>53</sup> wurde festgestellt, dass bei Alleinreisenden, Reisenden zu zweit oder Reisenden mit Kindern die Motivation unterschiedlich ist. Alleinreisende nennen am häufigsten das Motiv „Den Alltag hinter sich lassen“, hingegen nennen Reisende zu zweit meist „Ruhe finden/Abschalten“ und Reisende mit Kindern „Zeit füreinander haben“.<sup>54</sup> Weitere Reisemotive können der Tabelle 1 entnommen werden. Auswertend hat der ADAC Reise-Monitor die Motive in sechs Motivgruppen zusammengefasst (in der Reihenfolge ihrer Bedeutung aufgelistet): „Erholung“, „Land, Leute und Kultur kennenlernen“, „Sonne und Strand“, „Sport und Gesundheit“, „Zeit für Familie haben“ und „Abenteuer und Spaß erleben“.<sup>55</sup>

In der FUR Reiseanalyse<sup>56</sup> 2014 messen die Teilnehmer den fünf Motiven „Sonne, Wärme, schönes Wetter haben“; „Abstand vom Alltag gewinnen“; „Entspannung, keinen

---

<sup>51</sup> Ohlig, 1995a: S. 57.

<sup>52</sup> Vgl. Ohlig, 1995a: S. 57.

<sup>53</sup> Der ADAC unternimmt einmal im Jahr eine Trendforschung im Reisemarkt. In dem hier vorliegenden Fall wurde vom 30. November bis zum 14. Dezember 2015 2.801 ADAC Mitglieder zu ihrem geplanten Haupturlaub, mit einer Mindestdauer von 5 Tagen, befragt. (Vgl. Zwingenberger, 2016: S. 1 f.)

<sup>54</sup> Vgl. Zwingenberger, 2016: S. 10.

<sup>55</sup> Vgl. Zwingenberger, 2016: S. 11.

<sup>56</sup> Die FUR Reiseanalyse wird seit 1970 einmal im Jahr durchgeführt und liefert Ergebnisse über den deutschen Urlaubsreisemarkt, sowie die Motivation und das Reiseverhalten der Befragten.

(Vgl. FUR, 2014b: Preface.) Befragt werden die Deutschen, bis 1989 lediglich Westdeutschland, sowie die

Stress haben, sich nicht unter Druck setzen“; „Frische Kraft sammeln, auftanken“ und „Spaß, Freude, Vergnügen haben“ die höchste Bedeutung bei. Um die Motive übersichtlicher zu gestalten, wurden diese in sieben Kategorien zusammengefasst, in „Entspannung, erholen, frei sein“; „Sonne, Spaß, Mensch, Genuss“; „Neues erleben“; „Natur und Gesundheit“; „Familie“; „Begegnen“ und „Risiko-aktiv“. Die fünf wichtigsten Motiveinzelennungen gehören in die Kategorien „Sonne, Spaß, Mensch, Genuss“ und „Entspannung, erholen, frei sein“<sup>57</sup>. Laut der Zukunftsprognose für das Jahr 2025 kann davon ausgegangen werden, dass es keine großen Veränderungen in den Motiven geben wird. Denn nach Betrachtung des Datensatzes wurde festgestellt, dass diese seit Jahrzehnten eine hohe Stabilität aufzeigen.<sup>58</sup> Die sieben Kategorien mit ihren jeweiligen Einzelmotiven und deren Bewertung können in der Abbildung 1 näher betrachtet werden.

Urlaubsmotive		
Alleinreisende	Zwei Erwachsene	Reisende mit Kindern
Den Alltag hinter sich lassen	Ruhe finden/Abschalten	Zeit füreinander haben
Schöne Landschaften	Schöne Landschaften	Ruhe finden/Abschalten
Kraft tanken/Regenerieren	Den Alltag hinter sich lassen	Mit den Kindern zusammen sein
Ruhe finden/Abschalten	Sonne/schönes Wetter haben	Kraft tanken/Regenerieren
Abwechslung vom Alltag	Kraft tanken/Regenerieren	Den Alltag hinter sich lassen
Sonne/schönes Wetter	Abwechslung vom Alltag	Baden/Schwimmen
Landestypisches Leben erfahren	Landestypisches Leben erfahren	Sonne/schönes Wetter haben
Andere Kulturen/Länder kennenlernen	Zeit füreinander haben	Abwechslung vom Alltag
Unberührte Natur erleben	Baden/Schwimmen	Schöne Landschaften
Sehenswürdigkeiten	Andere Kulturen/Länder kennenlernen	Landestypisches Leben erfahren

*Tabelle 1: Urlaubsmotive der Haupturlaubsreise*  
*Alleinreisende n= 290; Zwei Erwachsene n= 1.083; Reisende mit Kindern n= 485*  
*Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Zwingenberger, 2016: S.10.*

deutschsprachigen Ausländer (seit 2010), ab 14 Jahren. (Vgl. FUR, 2014b: S. 6.) Die FUR Reiseanalyse ist die größte und wichtigste ihrer Art. (Vgl. Grotheer et al, 2003: S. 10.)

<sup>57</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 82 f. Die Übersetzung ins Deutsche wurde in Anlehnung an die deutschsprachige Reiseanalyse 2013 vorgenommen. (Vgl. FUR, 2013: S. 86 f.)

<sup>58</sup> Vgl. FUR, 2014b: S. 40 ff.

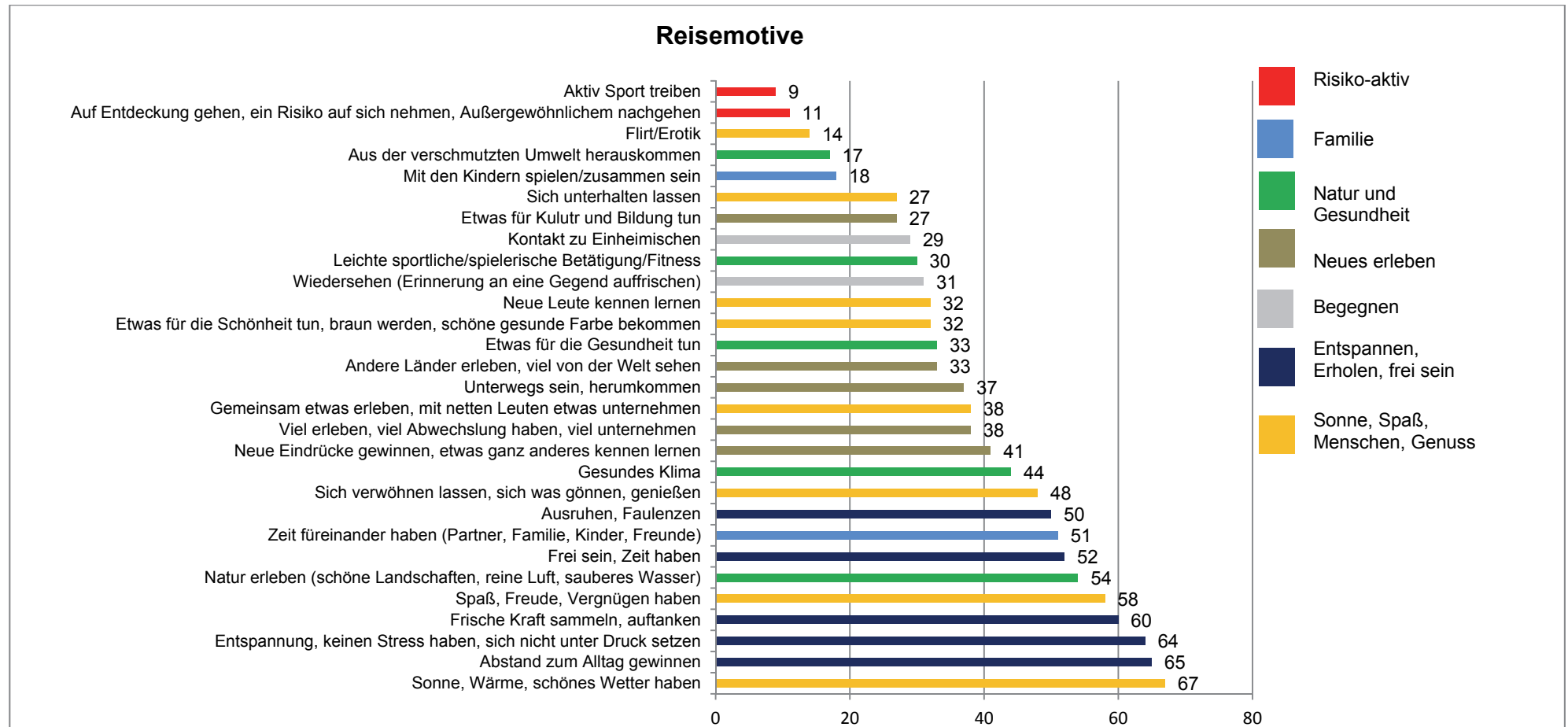


Abbildung 1: Reisemotive der FUR  
 Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren, Angaben in %.  
 Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an FUR, 2014a: S.82.



Beim Vergleich der ADAC Trendforschung 2015 und der FUR Reiseanalyse 2014 fallen Gemeinsamkeiten und Unterschiede auf. Dem Motiv der Erholung messen die Teilnehmer in beiden Studien die höchste Bedeutung bei. Es kann davon ausgegangen werden, dass dem Faktor Sonne und somit dem Wetter ebenfalls eine hohe Bedeutung beigemessen wird, da diese an Stelle zwei beziehungsweise drei genannt werden. Die übrigen Motivgruppen sind schwer miteinander zu vergleichen, da sie unterschiedlich bezeichnet und zusammengefasst wurden.<sup>59</sup>

## 3.2 Reisemotive der Backpacker

Wie oben gezeigt befinden sich Backpacker zum Zeitpunkt der Reise zwischen zwei Lebensabschnitten<sup>60</sup> und nutzen laut O'Reilly das Reisen als eine Auszeit, bevor das erwachsene Leben losgeht.<sup>61</sup> Desweiteren sagt er, dass Selbstverwirklichung und persönliche Weiterentwicklung, zum Beispiel das Erlernen von wichtigen Managementfähigkeiten, Reisemotive der Backpacker darstellen.<sup>62</sup>

Richard und Wilson befragten in ihrer Studie „Today's Youth Travellers: Tomorrow's Global Nomads, New Horizons in Independent Youth and Student Travel“<sup>63</sup> junge Reisende nach ihrer Motivation. Drei Motive stuften die Teilnehmer, die sich selbst als Backpacker bezeichnen, als primär ein: „andere Kulturen erkunden“, „Aufregendes/Abenteuer erleben“ und das „eigene Wissen erweitern“.<sup>64</sup> Tabelle 2 zeigt die abgefragte Motivation und die durchschnittliche Bewertung der Backpacker detailliert auf.

---

<sup>59</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 82 f. und vgl. Zwingenberger, 2016: S. 10 f.

<sup>60</sup> Vgl. Riley, 1988: S. 317.

<sup>61</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 998.

<sup>62</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 1010 nach O'Reilly, 2005: o.S.

<sup>63</sup> Richards/Wilson, 2003: S. 3.

<sup>64</sup> Vgl. Richards/Wilson, 2004b: S. 26.

Motivation der Backpacker für die unternommene Reise ( 1 = nicht wichtig, 5 = sehr wichtig)	
Motivation	Durchschnittliche Bewertung
Andere Kulturen erkunden	4,6
Aufregendes/Abenteuer erleben	4,3
Eigenes Wissen erweitern	4,1
Interaktion mit der lokalen Bevölkerung	3,9
Meine Fähigkeiten austesten	3,9
Mental entspannen	3,9
Eine gute Zeit mit Freunden haben	3,7
Meine Vorstellungskraft benutzen	3,7
Freundschaften bilden	3,6
Andere Reisende treffen	3,5
Hektik und Lärm vermeiden	3,5
Mich selbst finden	3,4
Meine körperlichen Fähigkeiten nutzen	3,2
Körperlich entspannen	3,2
Sich in einer ruhigen Umgebung befinden	3,1
Tiefe Freundschaften eingehen	3,1
Freunde und Verwandte besuchen	2,9
Ein Gefühl der Zugehörigkeit bekommen	2,8
Den besuchten Orten etwas zurückgeben	2,7

*Tabelle 2: Motivation der Backpacker mit durchschnittlicher Gewichtung  
Quelle: Eigene Darstellung und Übersetzung in Anlehnung an Richards/Wilson, 2004b: S.26.*

### 3.3 Fazit

Der Vergleich zwischen Backpackern und anderen Touristen zeigt, dass sie Motive sehr unterschiedlich bewerten. Allerdings wird ein detaillierter Vergleich erschwert, da die Studien Motive, Motivgruppen und Teilnahmekriterien unterschiedlich benennen. Gleichwohl ist ersichtlich, dass Touristen dem Reisemotiv der Erholung eine sehr hohe Bedeutung beimessen,<sup>65</sup> während dieses bei den Backpackern deutlich weiter unten in der Rangliste steht. Hier sind Motive wie: eine „andere Kultur erkunden“ und „Aufregendes/Abenteuer erleben“ die wichtigsten Beweggründe<sup>66</sup>, welche wiederum für die Touristen von nicht so großer Bedeutung sind.<sup>67</sup>

<sup>65</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 82.

<sup>66</sup> Vgl. Richards/Wilson, 2004b: S. 26.

### 3.4 Auslandsaufenthalt - ein Pflichterlebnis im Lebenslauf

Die Reiseerfahrung der Backpacker kann sich nach O'Reilly positiv auf den Lebenslauf auswirken. Hierbei geht es nicht nur um die Arbeitserfahrungen, die gesammelt werden, sondern auch um die Fähigkeiten, die man sich während der Reise aneignet<sup>68</sup>, wie Organisationsfähigkeit und Flexibilität, welche verstärkt als Schlüsselqualifikation von Führungskräften erwartet werden<sup>69</sup>, oder generell die Stärkung der Selbstständigkeit.<sup>70</sup>

Menschen, die sich aufgrund des hohen Kostenfaktors kein Studium im Ausland oder ein Austauschprojekt der Schule leisten können, haben die Möglichkeit, auf Ausweichprojekte, wie zum Beispiel Working-Holiday-Programme, Au Pair oder Freiwillige Soziale Jahre, zurückzugreifen. Diese bieten ihnen die Chance, trotzdem einen Auslandsaufenthalt im Lebenslauf vorweisen zu können.<sup>71</sup>

Laut Ehrenreich stellt der Auslandsaufenthalt in gehobenen Kreisen längst keine Besonderheit mehr dar. Er ist wie das Absolvieren der 8. Klasse ein fester Bestandteil des Lebens. Einen möglichen Wettbewerbsvorteil bietet er seit langem nicht mehr, da er mittlerweile zu den klassischen Voraussetzungen gezählt wird.<sup>72</sup>

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass der Auslandsaufenthalt in keinem Lebenslauf fehlen sollte, obwohl er inzwischen eher eine Selbstverständlichkeit darstellt und nicht mehr für einen Wettbewerbsvorteil sorgt. Das Reisemotiv der Backpacker sollte allerdings nicht nur der Lebenslauf darstellen, sondern das persönliche Interesse, die eigenen Fähigkeiten und Kenntnisse weiter zu entwickeln.

---

<sup>67</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 82.

<sup>68</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 1010 nach O'Reilly, 2005: o.S.

<sup>69</sup> Vgl. Kröger/Vetter, 2009: S. 7.

<sup>70</sup> Vgl. Hanisch, 2013: S. 62.

<sup>71</sup> Vgl. Hanisch, 2013: S. 63 ff.

<sup>72</sup> Vgl. Ehrenreich, 2008: S. 29 ff.

## 4 Reiseverhalten

In diesem Kapitel werden zunächst das Reiseverhalten der deutschen/deutschsprachigen Touristen und das der Backpacker dargestellt und schlussendlich auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede hin untersucht.

### 4.1 Reiseverhalten der deutschen Touristen

Die FUR Reiseanalyse 2014 hat Aspekte des Reiseverhaltens erforscht. Es wurde festgestellt, dass 40% der gebuchten Urlaube der deutschsprachigen Touristen Pauschalreisen sind. Lediglich bei 13% der angetretenen Urlaubsreisen wird nichts vorher gebucht.<sup>73</sup> Die Reisezeit der Deutschen ist generell stabil, leichte Schwankungen treten im Zusammenhang von Feiertagen und Ferien auf. Die Sommermonate Juni bis August sind die beliebteste Reisezeit, gefolgt von Herbst (September bis November), Frühjahr (März bis Mai) und mit deutlichem Abstand dem Winter (Dezember bis Februar).<sup>74</sup> Laut der FUR dauerte im Jahr 2013 die Hauptreise der Deutschen durchschnittlich 12,9 Tage.<sup>75</sup> Hierbei blieben 30% der deutschsprachigen Bevölkerung für ihren Urlaub innerhalb Deutschlands, 70% reisen an das Mittelmeer (24,4 Mio.) und den Rest der Welt (24,8 Mio.).<sup>76</sup> Die beliebtesten Urlaubsreiseziele der deutschsprachigen Bevölkerung im Rest der Welt sind Österreich, Frankreich (exklusive Mittelmeeranteil) (1,5 Mio.), Polen (1,5 Mio.) und Niederlande (1,5 Mio.). Unter Berücksichtigung aller abgefragten Reiseziele ergeben sich die folgenden zehn beliebtesten Urlaubsorte für die deutschsprachige Bevölkerung für eine Urlaubsreise ab fünf Tagen:

▪ Spanien	8,9 Mio.
▪ Italien	4,8 Mio.
▪ Türkei	5,3 Mio.
▪ Österreich	4,2 Mio.
▪ Bayern	4,2 Mio.
▪ Mecklenburg-Vorpommern	4,2 Mio.

---

<sup>73</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 36.

<sup>74</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 58.

<sup>75</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 59 f.

<sup>76</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 23.

---

▪ Niedersachsen	2,7 Mio.
▪ Frankreich	2,2 Mio.
▪ Kroatien	2,1 Mio.
▪ Baden-Württemberg	1,8 Mio. <sup>77</sup>

Das Flugzeug (42%) ist das am meisten verwendete Verkehrsmittel für die Urlaubsreisen im Jahre 2013, dicht gefolgt vom Auto (41%). Mit deutlichem Abstand folgen Bus (7%), Zug (5%), Wohnwagen/Wohnmobil (3%) und Schiff (2%).<sup>78</sup> Laut der FUR reisen 47% der deutschsprachigen Bevölkerung zu zweit. An zweiter Stelle stehen die Reisen in einer Vierergruppe (16%), gefolgt von den Alleinreisenden (13%).<sup>79</sup> Bei der Beherbergungsart liegt das Hotel (47%) unangefochten an der Spitze. Pension (5%), Jugendherberge/Hostel (1%), Wohnwagen (2%) oder Wohnmobil (2%) sowie das Campen im Zelt (2%) genießen bei den Deutschen keine Attraktivität, die mit dem Hotel vergleichbar ist.<sup>80</sup> Die Reiseausgaben pro Person pro Reise belaufen sich im Jahre 2013 auf 906 Euro<sup>81</sup>, was einem Tagesgeld von 70,23 Euro<sup>82</sup> pro Person entspricht.

Zusammenfassend kann über durchschnittliche deutschsprachige/deutsche Touristen festgehalten werden:

- Sie verreisen im Sommer für 12,9 Tagen mit dem Flugzeug oder dem Auto.
- Als Ziele werden innerhalb Deutschlands Bayern und Mecklenburg-Vorpommern bevorzugt bereist. Im Ausland Spanien, Italien und die Türkei.
- Sie buchen zum Großteil Pauschalangebote.
- Pro Person und pro Reise stehen 906 Euro zur Verfügung (pro Tag 70,23 Euro).
- Deutsche verreisen zu zweit.
- Sie bevorzugen Hotels als Unterkunft.<sup>83</sup>

---

<sup>77</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 27 ff.

<sup>78</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 62.

<sup>79</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 51.

<sup>80</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 66.

<sup>81</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 18.

<sup>82</sup> Das Tagesbudget wurde errechnet, indem das Reisegeld, welches pro Person pro Reise zur Verfügung steht, mit der durchschnittlichen Reisedauer dividiert wurde.

<sup>83</sup> Vgl. FUR, 2014: S. 18 ff.

## 4.2 Reiseverhalten der Backpacker

Die Backpacker treten ihre Reise vorwiegend alleine an, schließen sich vor Ort zu Reisegruppen zusammen und sind eine Zeit lang in dieser Gruppe unterwegs.<sup>84</sup> Laut Richards und Wilson sind in den folgenden Ländern Backpacker anzutreffen: Vietnam, Thailand, Indien, Neuseeland, Australien, Türkei, Frankreich, England, Kanada und die USA (Aufzählung in absteigender Reihenfolge); sie reisen im Durchschnitt 73 Tage und schlafen in günstigen Unterkünften: 69% übernachten in Backpackerhostels, 36% in Jugendherbergen und 29% bei Freunden und Bekannten.<sup>85</sup> Die täglichen Ausgaben eines Backpackers belaufen sich auf ungefähr 20 US Dollar pro Tag, während ihres gesamten Aufenthaltes geben sie rund 1.200 US Dollar im Land aus. Wird die Hinreise, zum Beispiel der Flug, einkalkuliert, belaufen sich die Ausgaben auf 2.200 US Dollar. Diese Ausgaben unterscheiden sich je nach Dauer und Ziel des angetretenen Abenteuers.<sup>86</sup>

Wie bereits aufgewiesen wird heutzutage das Backpackerideal, Cohens „Drifter“, nur noch sehr selten erreicht. Die Spontanität, die diesem zugeschrieben wird, ist allerdings im weitesten Sinn auch heute noch ein wichtiges Merkmal im Reiseverhalten des Backpackers. Hier sind unterschiedliche Abstufungen vorzufinden: der eine hat seine Unterkünfte nicht im Voraus gebucht, der andere besitzt nicht mal ein Rückflugticket.<sup>87</sup> Die Flexibilität der Backpacker wurde ebenfalls in der Untersuchung von Richards und Wilson bestätigt: Sie haben ihre Reise nicht komplett durchgeplant, was ein Indikator dafür sein kann, dass sie viele Informationen erst im Land einholen, um ihren individuellen Reiseplan vor Ort spontan gestalten zu können. Hierbei wird hauptsächlich das Internet (77,3%) als Informationsplattform genutzt, gefolgt von Informationen durch Familie und Freunde (66,8%) und den Reiseführer (60,5%), zunehmend der „Lonely Planet“, die sogenannte „Backpacker Bibel“.<sup>88</sup>

Zusammenfassend können folgende Informationen über das Reiseverhalten der Backpacker festgehalten werden:

- Durchschnittliche Reiselänge: 73 Tage.
- Günstige Unterkünfte wie Hostels und Jugendherbergen.

---

<sup>84</sup> Vgl. Sørensen, 2003: S. 854.

<sup>85</sup> Vgl. Richards/Wilson, 2004b: S. 20 ff.

<sup>86</sup> Vgl. Richards/Wilson, 2004b: S. 24.

<sup>87</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 1001.

<sup>88</sup> Vgl. Richards/Wilson, 2004b: S. 22 f.

- Durchschnittliche Tagesausgaben: 20 US Dollar.
- Flexibler Reiseplan.
- Bereisen mehrere Länder während einer Reise.<sup>89</sup>
- Reisen allein oder in kurzfristig zusammengeschlossenen Gruppen.<sup>90</sup>

### 4.3 Fazit

Abschließend kann festgehalten werden, dass Backpacker sich in ihrem Reiseverhalten in wesentlichen Punkten von deutschen/deutschsprachigen Touristen unterscheiden, siehe Tabelle 3: Backpacker haben eine deutlich höhere Reisezeit und knapp 56 US Dollar weniger Tagesgeld<sup>91</sup> zur Verfügung. Dies könnte die unterschiedlichen Unterkunftsarten begründen. Während Backpacker ihre Reise in die weite Ferne, zum Beispiel Australien oder Kanada, allein beginnen und einen flexiblen Reiseplan haben<sup>92</sup>, reisen Touristen zu zweit, buchen gerne ein komplettes Pauschalangebot und besuchen nicht so weit entfernte Urlaubsorte.<sup>93</sup>

Reiseverhalten im Vergleich		
Reiseverhalten	Backpacker	Tourist
Tagesbudget	20 US Dollar	75,62 US Dollar
Reisedauer	73 Tage	12,9 Tage
Organisation/Reisebuchung	Flexibel	Pauschal
Unterkunft	Hostels/Jugendherbergen	Hotel
Reisebegleitung	Reisen vorwiegend alleine	Reisen zu zweit
Reiseländer	Weit entfernte, z.B. Australien, Kanada	Europäische Länder, z.B. Spanien oder innerhalb Deutschlands, z.B. Bayern

*Tabelle 3: Das Reiseverhalten der Backpacker und der Touristen im Vergleich.*

*Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an  
Backpacker: Vgl. Richards/Wilson, 2004b: S. 20 ff.  
Tourist: FUR, 2014a: S. 18 ff.*

<sup>89</sup> Vgl. Richards/Wilson, 2004b: S. 20 ff.

<sup>90</sup> Vgl. Sørensen, 2003: S. 854.

<sup>91</sup> 70,23 Euro entsprechen 75,616641 US Dollar. Hierbei wurde der Wechselkurs von 1 Euro = 1,0767 US Dollar vom 07.12.2016 verwendet. Vgl. Wallstreet, 2016b: o.S.

<sup>92</sup> Vgl. Richards/Wilson, 2004b: S. 20 ff.

<sup>93</sup> Vgl. FUR, 2014a: S. 18 ff.

## 5 Work and Travel

Um das vielfältige Reisephänomen Work and Travel zu ergründen, werden zunächst visumsbedingte und organisatorische Richtlinien betrachtet. Anschließend wird die wissenschaftliche Forschung analysiert und schlussendlich der Fokus auf Neuseeland gelegt. Desweiteren ist festzuhalten, dass der Begriff Working Holiday als Synonym für Work and Travel verwendet wird.

### 5.1 Rechtliche Bestimmungen und Entstehung

Das wohl erste Working-Holiday-Abkommen wurde am 1. Dezember 1980 zwischen Japan und Australien geschlossen. Dieses Abkommen sollte das Verständnis und die Freundschaft zwischen den beiden früher verfeindeten Ländern stärken. Bis heute sorgt dieses Abkommen dafür, dass Working-Holiday-Visa zwischen den beiden Partnerländern ausgetauscht werden.<sup>94</sup> Mittlerweile trafen auch viele andere Länder vergleichbare Abkommen.<sup>95</sup> Den deutschen Staatsbürgern ist es aufgrund der bilateralen Working-Holiday-Abkommen möglich, in die Länder Australien, Chile, Hongkong, Japan, Kanada, Neuseeland, Südkorea und Taiwan zu reisen und dort zu arbeiten. Desweiteren stehen Work and Travel Programme, die aufgrund anderer Visa ermöglicht werden, zur Verfügung. Hierzu gehören das J-1 Austauschvisum für die Vereinigten Staaten von Amerika sowie das X2 Studenten- und Austauschvisum für China.<sup>96</sup> Auf den ersten Blick erscheint die Anzahl der deutschen Partnerländer gering, allerdings ist zu beachten, dass es durch die Arbeitnehmerfreizügigkeit innerhalb Europas den deutschen Bürgern möglich ist, in eines der 28 Mitgliedsstaaten<sup>97</sup> zu reisen und dort zu arbeiten.<sup>98</sup>

### 5.2 Forschungsergebnisse

Laut Krämer und Haase wird das Verhältnis von Work and Travel zum Backpacking wissenschaftlich nur gering behandelt. Offen bleibt in der Forschung, ob Work and Travel eine Unterform des Backpackings darstellt oder ob die Begriffe als Synonyme Ver-

---

<sup>94</sup> Vgl. Embassy of Japan in Australia, 2016: o.S.

<sup>95</sup> Vgl. Krämer/Haase, 2012: S. 39.

<sup>96</sup> Vgl. Work and Traveller, 2016: o.S.

<sup>97</sup> Vgl. Europäische Union, 2016: o.S.

<sup>98</sup> Vgl. Bundesministerium des Inneren, 2016: o.S.



wendung finden.<sup>99</sup> Es ist spannend festzustellen, dass Work and Travel noch wenig erforscht wurde, obwohl das Working-Holiday-Visum bereits seit 1980 existiert<sup>100</sup>. In der hier vorliegenden Arbeit wird das Backpacking als Überbegriff von Work and Travel behandelt. Die Notwendigkeit der Abgrenzung der Begrifflichkeiten liegt in der empirischen Datenerhebung begründet. Für die Untersuchung wurde das Forschungsgebiet eingegrenzt und der Schwerpunkt auf Work and Travel-Teilnehmer gelegt.

### 5.3 Working-Holiday-Programm, Neuseeland

Neuseeland gehört mit Australien zu den klassischen und beliebtesten Work and Travel Zielen, dicht gefolgt von Kanada.<sup>101</sup>

Das Working-Holiday-Visum berechtigt Deutsche zu einem Aufenthalt von bis zu zwölf Monaten in Neuseeland, in denen gearbeitet und gereist werden darf. Nachdem das Visum innerhalb des Landes oder aus dem Ausland online beantragt wurde, ist es entweder direkt nach der Genehmigung gültig oder erst ab der Einreise, spätestens zwölf Monate nach Genehmigung. Das Visum steht einer unbegrenzten Anzahl deutscher Staatsbürger zur Verfügung, allerdings wird es nur einmal im Leben ausgestellt.<sup>102</sup> Der Programmbeginn ist ganzjährig möglich. Deutsche dürfen das Land während ihres Aufenthaltes beliebig oft verlassen und wieder in das Land zurückkehren, allerdings verlängert dies das Visum nicht. Die Bearbeitungszeit beträgt gewöhnlich einige Tage.<sup>103</sup> Für die Genehmigung muss der Antragsteller bei Beantragung zwischen 18 und 30 Jahren alt sein. Das letztmögliche Datum für die Beantragung ist somit ein Tag vor dem 31. Geburtstag, hierbei ist allerdings die Zeitverschiebung zu beachten, da die neuseeländische Zeit als Zeitpunkt bei der Antragstellung berücksichtigt wird. Ferner muss entweder ein gültiges Rückflugticket oder genügend Geld für den Kauf zur Verfügung stehen. Zudem müssen finanzielle Mittel in Höhe von mindestens 4.200 NZ Dollar und eine gültige Krankenversicherung nachgewiesen werden. Vorstrafen dürfen nicht vorliegen. Ebenfalls muss der Antragsteller, alle Kriterien der Visumsvoraussetzungen erfüllen.<sup>104</sup> Das „Medical and Chest X-ray Certificate NZIS 1007“ muss dem Antrag beigelegt werden, wenn der Reisende länger als zwölf Monate in Neuseeland bleiben möchte oder sich der Antragsteller innerhalb der letzten fünf Jahre länger als drei Mo-

---

<sup>99</sup> Vgl. Krämer/Haase, 2012: S. 45 f.

<sup>100</sup> Vgl. Embassy of Japan in Australia, 2016: o.S.

<sup>101</sup> Vgl. Henrix/et al, 2015: S. 239.

<sup>102</sup> Vgl. Immigration New Zealand, 2016a: o.S.

<sup>103</sup> Vgl. Henrix/et al, 2015: S. 241.

<sup>104</sup> Vgl. Immigration New Zealand, 2016a: o.S.

nate in einem Land mit hoher Tuberkulose-Gefahr aufgehalten hat. In diesem Fall muss ein Tuberkulosestest durchgeführt und das oben genannte Zertifikat sowie ein Arztbericht (ohne Röntgenbilder) beigelegt werden. Die Röntgenbilder sollten dem Reisenden dennoch zur Verfügung stehen, da er sie gegebenenfalls zu einem späteren Zeitpunkt vorzeigen muss.<sup>105</sup> Alle Voraussetzungen für den Antrag können bei der Einreise abermals überprüft werden. Mitreisende müssen ihr eigenes Visum beantragen, und es darf keine permanente Arbeitsstelle angenommen werden.<sup>106</sup> Schlussendlich muss noch die Visumsgebühr in Höhe von 208 NZ Dollar mit der Kreditkarte beglichen werden.<sup>107</sup>

Das Working-Holiday-Visum kann um drei Monate verlängert werden. Hierfür muss die Working-Holiday-Extension für 208 NZ Dollar<sup>108</sup> beantragt werden. Für die Beantragung muss der Reisende ein Working-Holiday-Visum besitzen und einen gültigen Reisepass zur Verfügung haben, welcher noch mindestens drei Monate nach der Ausreise aus Neuseeland gültig ist. Ferner muss der Antragsteller sich in Neuseeland aufhalten und während der Laufzeit des Working-Holiday-Visums mindestens drei Monate saisonale Arbeit in der neuseeländischen Garten- und Weinbauindustrie geleistet haben. Hierfür können ein Brief des Arbeitgebers, Steuerunterlagen oder eine Gehaltsabrechnung als Nachweis dienen. Desweiteren müssen ein Rückflugticket beziehungsweise genügend finanzielle Mittel für den Kauf eines solchen vorhanden sein. Bei Nachfrage muss bewiesen werden können, dass man sich guter Gesundheit erfreut. Die Beantragung wird normalerweise innerhalb von 23 Tagen bearbeitet.<sup>109</sup>

---

<sup>105</sup> Vgl. Sommer, 2013: S. 11.

<sup>106</sup> Vgl. Immigration New Zealand, 2016a: o.S.

<sup>107</sup> Vgl. Immigration New Zealand, o.J.a: o.S.

<sup>108</sup> 4.200,00 NZ Dollar entsprechen 2.790,1415 Euro und 208,00 NZ Dollar entsprechen 138,1784 Euro.

Hierbei wurde der Wallstreet Wechselkurs von 1,5053 NZ Dollar = 1Euro vom 08.11.2016 verwendet.

Vgl. Wallstreet, 2016a: o.S.

<sup>109</sup> Vgl. Immigration New Zealand, 2016b: o.S.

## 6 Methodik und Forschungsdesign

Im folgenden Kapitel wird die verwendete Methodik für die Datenerhebung, die Erstellung des Fragebogens, die Durchführung sowie die Grenzen und Ziele der durchgeführten Untersuchung dargestellt, bevor in Kapitel 7 die Ergebnisse präsentiert werden.

### 6.1 Web-Survey

Als Befragungsart wurde sich für das Web-Survey entschieden. Hierbei handelt es sich um einen Fragebogen, welcher auf einem Web-Server eingesehen und wie ein Formular im Internet ausgefüllt werden kann.<sup>110</sup> Bei der Erstellung eines Web-Surveys müssen, im Vergleich zum reinen schriftlichen Fragebogen, besondere Anforderungen erfüllt werden. Hierzu zählen zum Beispiel die graphische Darstellung, die Konfiguration der Hard- und Software sowie der Formatierung der Bildschirmmaske.<sup>111</sup> Um diesen Anforderungen gerecht zu werden wurde mit dem Dienstleistungsunternehmen LamaPoll zusammen gearbeitet. Desweiteren sorgte das Unternehmen dafür, dass von einem Gerät nur einmal an der Umfrage teilgenommen werden konnte und somit eine wiederholte Beantwortung des Fragebogens aus technischen Gründen ausgeschlossen wurde.<sup>112</sup> Ein weiterer Vorteil von LamaPoll war, dass den Befragten die Anonymität ihrer Daten zugesichert werden konnte.<sup>113</sup> Eine Problematik, die laut Atteslander bei der Online-Befragung auftritt, ist, dass lediglich der Teil der Befragungsgruppe, welche Zugang zum Internet hat, an der Befragung teilnehmen kann.<sup>114</sup> In der hier vorliegenden Befragung wurde dies nicht als problematisch eingestuft. Denn die Befragten waren junge Menschen, bei denen davon ausgegangen wurde, dass sie mindestens hin und wieder das Internet nutzen. Als positiven Aspekt nennt Atteslander das Einsparen von Zeit, da die Antworten direkt in eine Datenbank eingelesen werden und somit schnell einige Forschungsdaten zur Verfügung stehen.<sup>115</sup>

---

<sup>110</sup> Vgl. Schnell/Hill/Esner, 2013: S. 373.

<sup>111</sup> Vgl. Schnell/Hill/Esner, 2013: S. 373 f.

<sup>112</sup> Vgl. LamaPoll, o.J.a: o.S.

<sup>113</sup> Vgl. LamaPoll, o.J.b: o.S.

<sup>114</sup> Vgl. Atteslander, 2010: S. 166.

<sup>115</sup> Vgl. Atteslander, 2010: S. 166.

## 6.2 Der Fragebogen und sein Erstellungsprozess

Der verwendete Fragebogen (siehe Anlagen) besteht aus 26 beziehungsweise 24 Fragen. Diese unterschiedliche Anzahl ist in einer Filterfrage<sup>116</sup> begründet. Der Fragebogen wurde so konzipiert, dass eine Beantwortung innerhalb von 5 Minuten möglich war, allerdings wurde den Befragten kein Zeitlimit gesetzt.

Bei der Erstellung des Fragebogens wurde darauf geachtet, dass die verwendeten Fragen den Ansprüchen von Atteslander entsprechen. Seine Regeln für die Erstellung von Fragen lauten wie folgt: kurz und leicht verständlich formuliert, konkrete Fragen, keine doppelten Negationen, nicht hypothetisch und keine bestimmte Beantwortung provozieren.<sup>117</sup> Der Fragebogen besteht zum Großteil aus geschlossenen Fragen. Diese vereinfachen die Bearbeitung und bedeuten für den Befragten einen geringeren Zeitaufwand. Zudem wird dadurch die Vergleichbarkeit der Antworten ermöglicht beziehungsweise vereinfacht.<sup>118</sup> Bei geschlossenen Fragen, wo eine Mehrfachnennung möglich war, wurde diese kenntlich gemacht.<sup>119</sup> Die letzte Frage ist eine offene Frage, da hier nach der persönlichen Meinung gefragt wurde. Desweiteren wurden in der Umfrage Ratingskalen verwendet. Laut Bortz und Döring ist die Anzahl der zu verwendenden Stufen sehr umstritten. Bei ungeraden Anzahlen ist eine neutrale Mitte vorhanden, eine Möglichkeit für den unentschlossenen Befragten. Bei einer geraden Anzahl wird er dagegen zu einer Entscheidung gezwungen.<sup>120</sup> Bei dem hier verwendeten Fragebogen wurde sich für vier Antwortmöglichkeiten entschieden.

Der Fragebogen wurde in Sinneszusammenhängen aufgebaut. Zu Beginn wird der Befragte gebeten, demographische Angaben zu machen, danach werden allgemeine Informationen zur Reise beziehungsweise zum Reiseverhalten eingeholt, gefolgt von der Reisemotivation. Am Ende erfolgt eine Erfragung der persönlichen Bedeutung der Reise. Nachdem ein Rohentwurf des Fragebogens erstellt wurde, wurde dieser wie von Schnell, Hill und Esser empfohlen mehreren Pretests (Vor-Tests) unterzogen. Zuerst fand der „Entwicklungs-Pretest“<sup>121</sup> statt: Die Testpersonen erhielten den Fragebogen in gedruckter oder digitaler Form und überprüften Punkte wie die Dauer der Befragung,

---

<sup>116</sup> Filterfragen sind Fragen, welche vor einen Frageblock geschaltet werden, da die darauf folgenden Fragen nur von einer Teilmenge der Befragten zu beantworten ist. (Vgl. Diekmann, 2009: S. 478.)

<sup>117</sup> Vgl. Atteslander, 2010: S. 155 f.

<sup>118</sup> Vgl. Diekmann, 2009: S. 477.

<sup>119</sup> Vgl. Schnell/Hill/Esser, 2013: S. 326.

<sup>120</sup> Vgl. Bortz/Döring, 1998: S. 163 ff.

<sup>121</sup> Schnell/Hill/Esser, 2013: S. 340 nach Converse/Presser, 1986: S. 65 ff.

die vorhandenen Auswahlmöglichkeiten und die Verständlichkeit der Fragen. Nach der Korrektur wurde der Fragebogen einem „Abschluss-Pretest“<sup>122</sup> unterzogen. Hier wurden noch kleinere Änderungen vorgenommen und die Filterführung überprüft.<sup>123</sup>

### 6.3 Durchführung der Befragung

Die Definition der Grundgesamtheit eines Objektbereichs muss vor jeder empirischen Datenerhebung erfolgen. Die Grundgesamtheit einer Umfrage stellt eine klar definierte Menge dar, für welche die Aussagen der Untersuchung Gültigkeit besitzen sollen.<sup>124</sup> Im Sinne dieser Untersuchung wurde das Untersuchungsobjekt wie folgt definiert: Deutsche Teilnehmer an einem Work and Travel in Neuseeland, welche sich bis zum August 2016 in Aotearoa befanden. Hieraus können folgende Merkmale der Grundgesamtheit festgelegt werden:

- Sie haben die deutsche Staatsbürgerschaft.
- Sie haben ein Working-Holiday-Visum für Neuseeland.
- Sie waren bis August 2016 in Neuseeland.

Werden nun die Daten aller Personen innerhalb dieser Grundgesamtheit erhoben, wird von einer Vollerhebung gesprochen. Nachdem in dieser Untersuchung eine Teilmenge der Grundgesamtheit untersucht wurde fand eine Teilerhebung statt.<sup>125</sup>

Die Befragung erfolgte im Querschnittsdesign, da sie in einer Zeitspanne von drei Monaten (vom 19. Mai 2016 bis zum 21. August 2016) durchgeführt wurde.<sup>126</sup> Hierbei wurde der Internetlink mit einer einleitenden Erklärung mehrfach und in unterschiedlichen Internetgruppen gepostet, zum Beispiel in der Facebook-Gruppe „Work and Travel in Neuseeland“. Ebenfalls wurden in neuseeländischen Hostels Zettel mit dem entsprechenden QR CODE aufgehängt, um die Aufmerksamkeit der Gäste auf die Umfrage zu lenken. Auf der Reiseroute der Interviewerin wurden Respondenten außerdem persönlich gebeten, an der Umfrage teilzunehmen. Letztendlich haben 302 Personen den Fragebogen angefangen, 200 haben ihn vollständig ausgefüllt. So ergab sich eine Rücklaufquote von 66,23%.

---

<sup>122</sup> Schnell/Hill/Esner, 2013: S. 340 nach Converse/Presser, 1986: S. 65 ff.

<sup>123</sup> Vgl. Schnell/Hill/Esner, 2013: S. 340.

<sup>124</sup> Vgl. Schnell/Hill/Esner, 2013: S. 257.

<sup>125</sup> Vgl. Schnell/Hill/Esner, 2003: S. 256 f.

<sup>126</sup> Vgl. Diekmann, 2009: S. 304.

## 6.4 Grenzen der Untersuchung

Die empirische Datenerhebung erfolgte mit Hilfe eines schriftlichen Fragebogens über das Internet, sodass die Interviewerin nicht sicherstellen konnte, dass der Befragte den Fragebogen allein und nicht gemeinsam mit anderen Personen beantwortet hat.<sup>127</sup> Hinzuzufügen ist, dass nicht überprüft werden konnte, ob die Respondenten ein Work and Travel-Visum für Neuseeland besaßen oder Deutsche waren. Nachdem sich die Teilnehmer allerdings selbst als deutsche Work and Travel-Teilnehmer in Neuseeland identifizierten, wird dieser Einschränkung kein großer Stellenwert beigemessen.

## 6.5 Ziele der Untersuchung

Die hier vorgelegte empirische Befragung möchte die Reisemotive und das Reiseverhalten der deutschen Work and Travel-Teilnehmer in Neuseeland beschreiben. Die oben beschriebene verwendete Methodik für die Datenerhebung, die Erstellung des Fragebogens und die Durchführung der durchgeführten Untersuchung stellt hierfür eine geeignete Auswertungsmöglichkeit dar. Weil in der Literatur hierzu nach Wissen der Autorin bislang keine ausführliche Untersuchung veröffentlicht wurde, soll hiermit außerdem eine Forschungslücke ansatzweise gefüllt werden.

---

<sup>127</sup> Vgl. Atteslander, 2010: S. 136.

## 7 Auswertung der eigenen Untersuchung

*„Es lohnt sich nicht, wie Thoreau sagt, um die Welt zu reisen, bloß um die Katzen auf Sansibar zu zählen.“<sup>128</sup>*

Getreu dem Zitat von Clifford Geertz geht es in der hier vorliegenden Untersuchung darum, im ersten Schritt die erhaltenen Fakten der empirischen Datenerhebung darzustellen. Im zweiten Schritt folgen deren Interpretation und die Überprüfung der aufgestellten Hypothesen.

Wenn in diesem Kapitel von Work and Travel-Teilnehmern, Respondenten oder ähnlichem gesprochen wird, so sind damit die Teilnehmer an der empirischen Studie gemeint. Aufgrund der Lesbarkeit des Textes wird dies allerdings nicht jedes Mal erwähnt. Desweiteren ist zu beachten, dass bei der Ergebnispräsentation Rundungsdifferenzen auftreten können.

### 7.1 Die Gruppe der Befragten

Bevor die Auswertung und die Analyse der Umfrage „Das Reiseverhalten der deutschen Teilnehmer an einem Work and Travel in Neuseeland“ beginnt, werden zuerst die Respondenten vorgestellt. Von insgesamt 302 Teilnehmern haben 200 Personen den Fragebogen zu Ende beantwortet und können somit auch in die Analyse einfließen: 126 Frauen und 74 Männer (Abbildung 2).

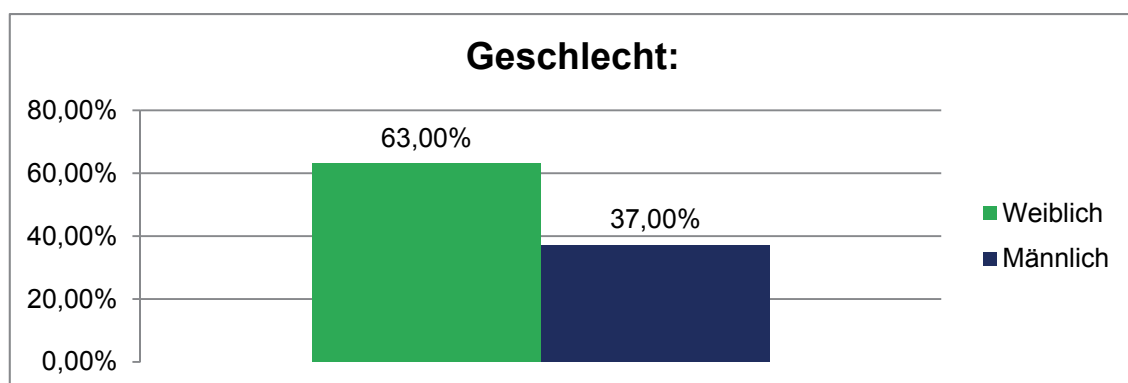


Abbildung 2: Geschlecht  
n=200

Quelle: Eigene Darstellung

<sup>128</sup> Binder, 2005: S. 85 nach Geertz, 1987: o.S.

Das Durchschnittsalter liegt bei 21,04 Jahren. Detaillierte altersbezogene Angaben können der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

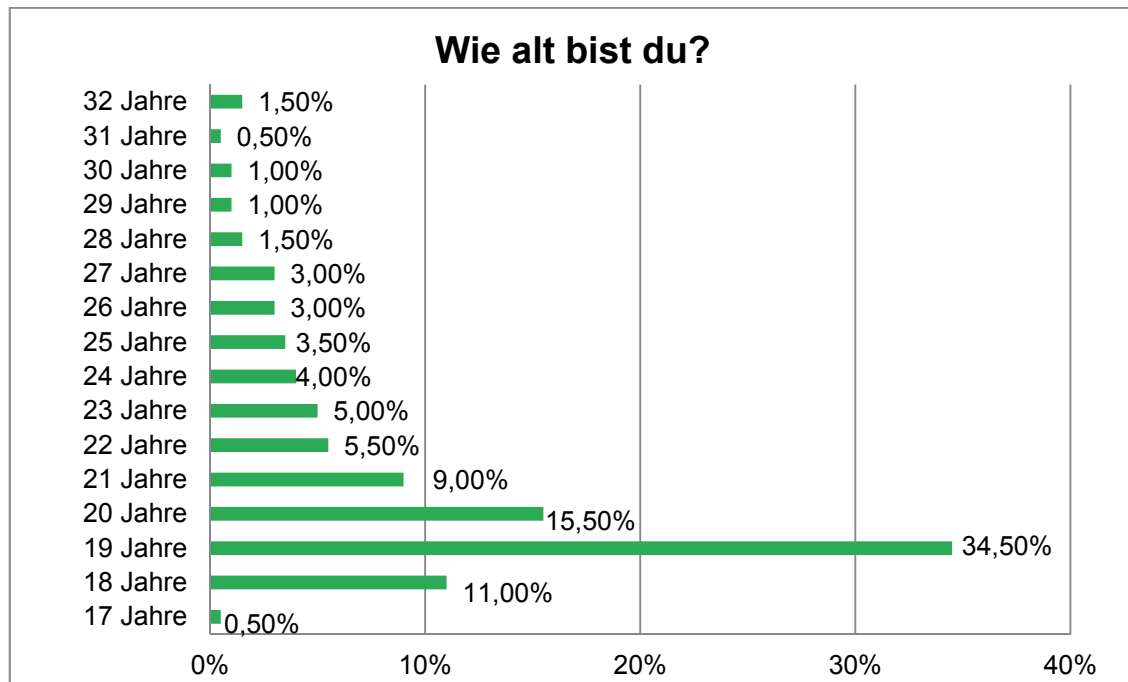


Abbildung 3: Alter  
n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

Die Work and Traveller kommen aus allen 16 Bundesländern Deutschlands, vermehrt aus Baden-Württemberg, Bayern und Nordrhein-Westfalen, siehe Abbildung 4. Da laut Statista diese drei Bundesländer auch die größte Einwohneranzahl haben<sup>129</sup>, ergibt sich die logische Schlussfolgerung, dass die Bevölkerungsgröße die Anzahl der Teilnahmen an der empirischen Studie bestimmt und nicht die persönlichen Vorlieben der Einwohner eines Bundeslandes.

---

<sup>129</sup> Vgl. Statista, 2016: o.S.



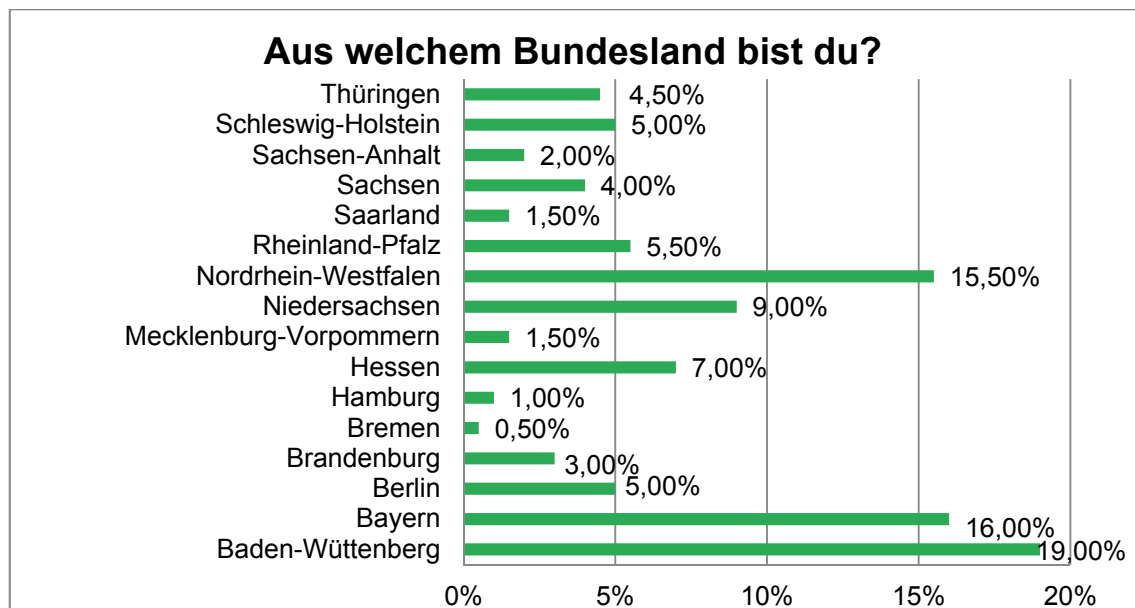


Abbildung 4: Bundesländer  
n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

72 der teilnehmenden Travel-Worker sind Studenten, 49 Arbeitssuchende/sich beruflich Umorientierende und 43 Schüler. Weitere Arbeitsverhältnisse können der Abbildung 5 entnommen werden.

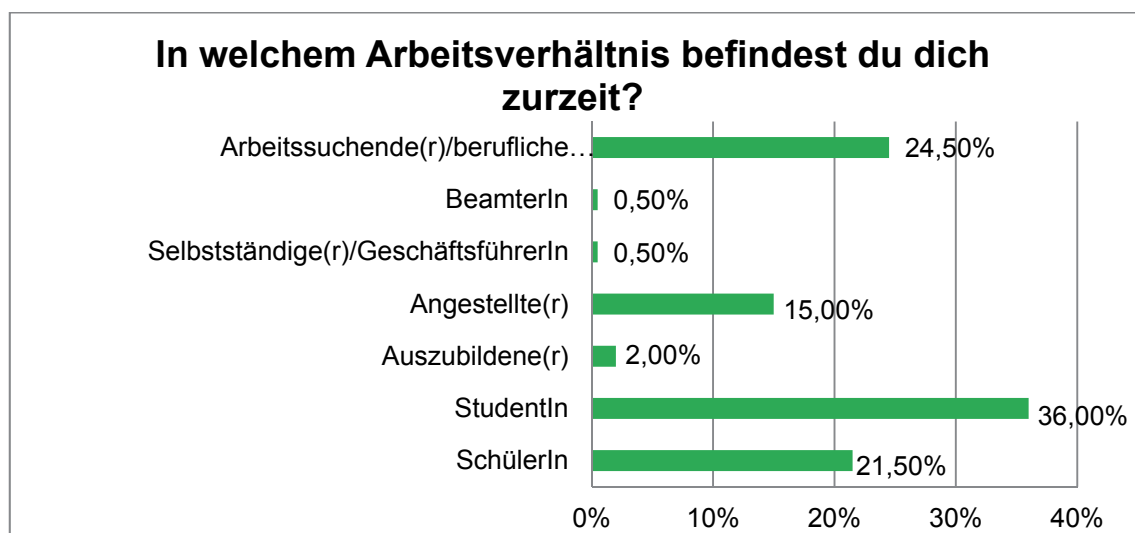


Abbildung 5: Arbeitsverhältnis  
n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

130 Teilnehmer gaben an, alleinstehend zu sein, und 67 leben in einer Beziehung. Lediglich jeweils ein Protagonist ist verheiratet, geschieden und verwitwet, was aufgrund des jungen Alters der Teilnehmer nicht weiter verwundert (Abbildung 6).

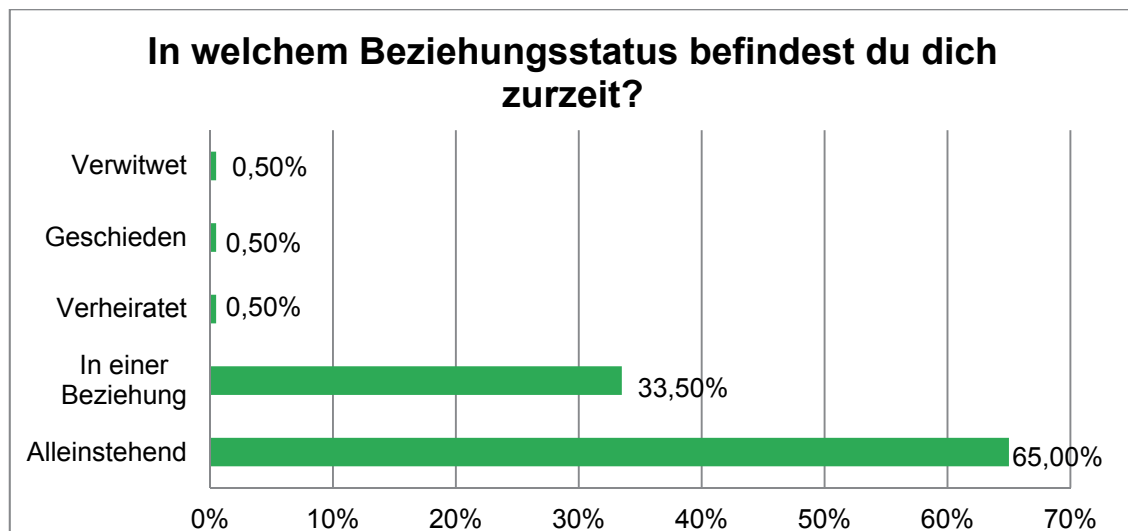


Abbildung 6: Beziehungsstatus  
n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

Der durchschnittliche Working Holiday Teilnehmer aus Deutschland ist somit eine 21,04 Jahre alte alleinstehende Studentin aus Baden-Württemberg.

## 7.2 Geschlechterhypothese

Die Geschlechterhypothese umfasst die folgenden Aussagen, welche mithilfe der Datenanalyse belegt beziehungsweise widerlegt werden.

- Frauen planen alles bis ins kleinste Detail und sind geselliger als Männer.
- Frauen ist die Sicherheit sehr wichtig, Männer sind abenteuerlustiger.
- Männer haben ein größeres Interesse an sportlichen Aktivitäten, Frauen wollen sich lieber entspannen und die Landschaft genießen.

### 7.2.1 Ergebnisse

Bei der Frage nach der Reiseplanung gaben 52,38% der Frauen an, ihre Reise spontan zu planen, bei den Männern 66,22%. Diese haben zu 32,43% ihre Route grob geplant und 1,35% haben die gesamte Route sogar detailliert durchgeplant. 47,62% der Frauen haben die Route grob geplant und 0,00% haben einen festen Reiseplan. Somit verfügt zwei Drittel der befragten Männer über einen sehr flexiblen Reiseplan. Beim weiblichen Geschlecht ist es nur knapp über die Hälfte, mit einer leichten Tendenz zu einem flexiblen Reiseplan, siehe Abbildung 7.

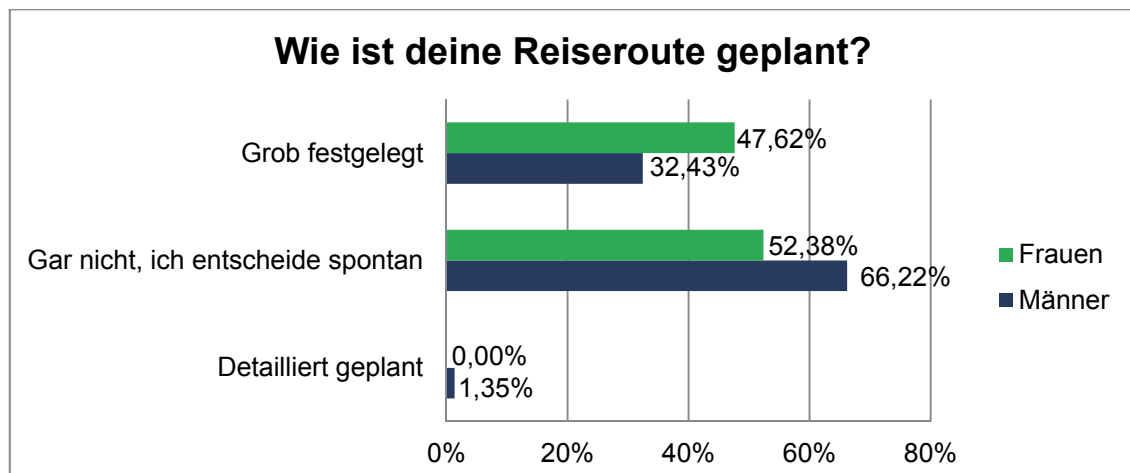


Abbildung 7: Reiseplan  
Männer und Frauen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Reiseorganisation (Abbildung 8) werden keine signifikanten Unterschiede ersichtlich. 71,43% der Frauen organisieren ihre Reise selbstständig, 8,73% mit Hilfe einer Organisation und 19,84% bevorzugen eine Kombination aus beidem. 74,32% der Männer planen ohne Hilfe, 9,46% nutzen die Erfahrungen einer Organisation und 16,22% wählen die Zwischenvariante.

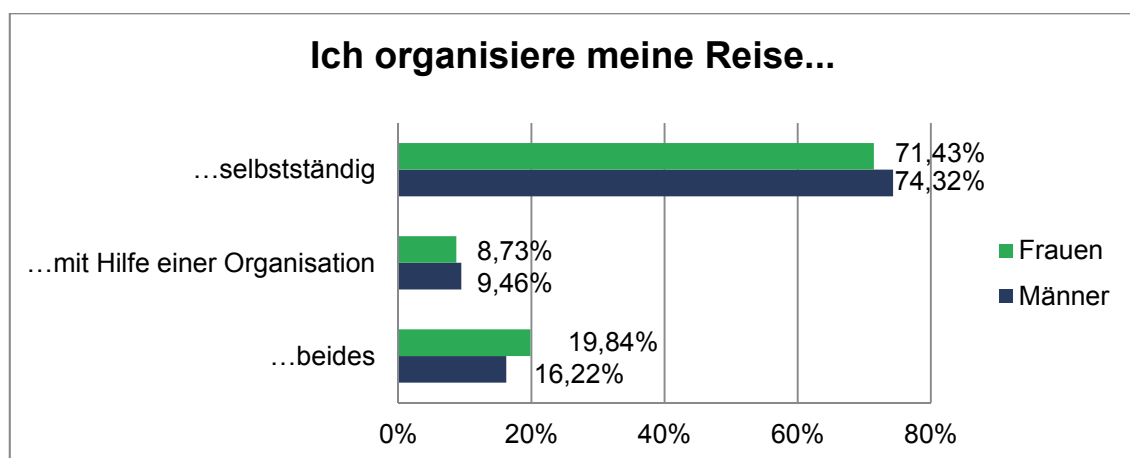


Abbildung 8: Reiseorganisation  
Männer und Frauen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

55,56% der Frauen sind Alleinreisende und 44,45% reisen mit einem Freund, dem festen Partner oder in einer Gruppe von drei und vier Personen. 66,22% der Männer gibt an, alleine zu reisen, und die übrigen reisen in einer Gruppe von vier Personen, mit einem Freund oder dem festen Partner. Knapp 10% mehr Männer reisen allein und ungefähr 10% mehr Frauen sind mit dem festen Partner unterwegs, siehe Abbildung 9.

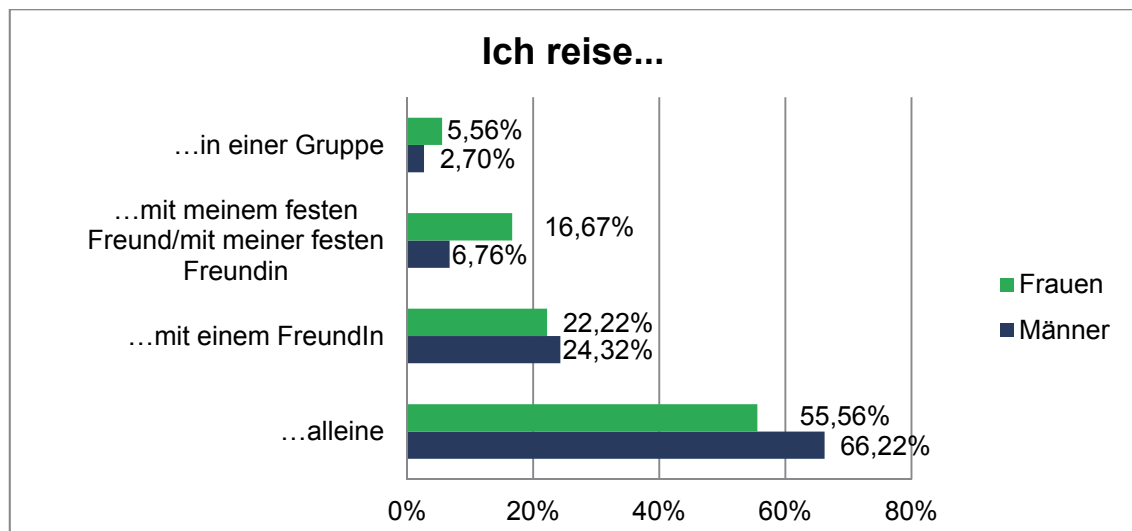


Abbildung 9: Reisepartner  
Männer und Frauen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Frage nach der Unterkunft in Aotearoa war eine Mehrfachnennung möglich. Hier schlafen 35,11% der Frauen und 35,00% der Männer in „Auto/Camper“ und „im Zelt/ im Freien“ 18,70% der Frauen und 18,13% der Männer. Ein Einzelzimmer buchten 4,58% der Frauen und 6,25% der Männer. Detaillierte Informationen können der Abbildung 10 entnommen werden.

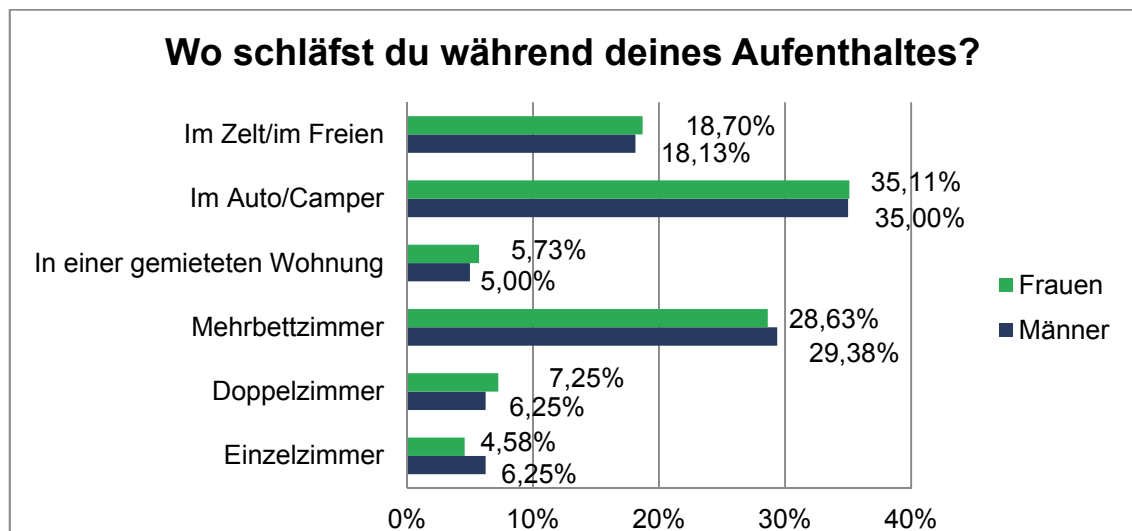


Abbildung 10: Schlafplatz  
Männer und Frauen im Vergleich, n=200, Mehrfachnennung möglich, Häufigkeit nach Antworten  
Quelle: Eigene Darstellung

Die Befragten wurden gebeten, ihr Reisemittel in Neuseeland anzugeben (Abbildung 11). Hierbei war ebenfalls eine Mehrfachnennung möglich. 13,06% der Frauen gaben an, den Kiwi Experience Bus oder Ähnlichen zu nutzen, lediglich 5,56%

der Männer wählten diese Reisevariante. Hingegen gaben 22,22% der Männer an, per Anhalter oder 14,58% zu Fuß zu reisen. Von den Frauen trampen 11,26% und 6,76% sind zu Fuß unterwegs. Das Fahrrad wurde nicht abgefragt, wurde allerdings von jeweils einer Frau und einem Mann, mithilfe der letzten Frage, als Verkehrsmittel angegeben.

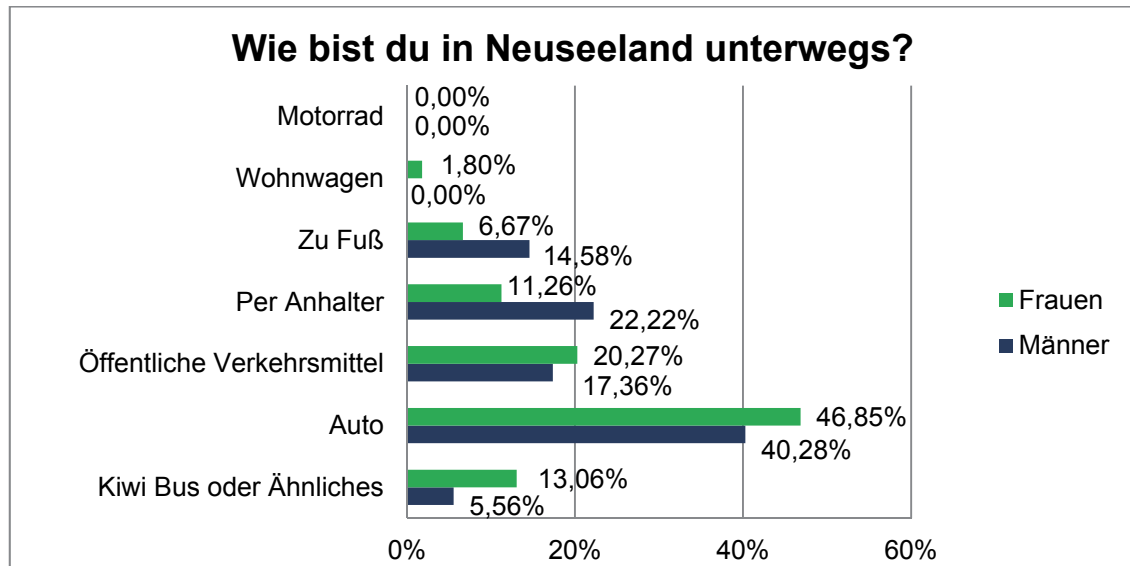


Abbildung 11: Reisemittel  
Männer und Frauen im Vergleich, n=200, Mehrfachnennung möglich, Häufigkeit nach Antworten  
Quelle: Eigene Darstellung

Bei Betrachtung der Abbildung 12 wird ersichtlich, dass für 32,43% der Männer und 20,63% der Frauen Extremsport beziehungsweise Sport als Aktivität von besonderer Bedeutung ist.

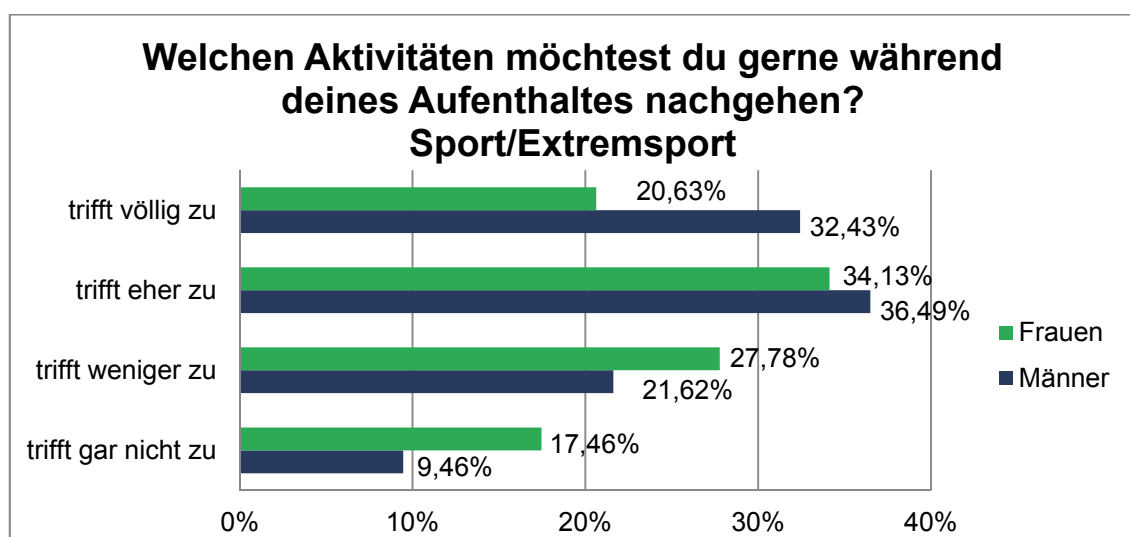


Abbildung 12: Aktivität; Sport/Extremsport  
Männer und Frauen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

Desweiteren sagen 69,05% der Frauen, dass es völlig zutrifft, dass sie der Aktivität „in der Natur sein“ nachgehen wollen, bei den Männern sind es 79,73%, siehe Abbildung 13.

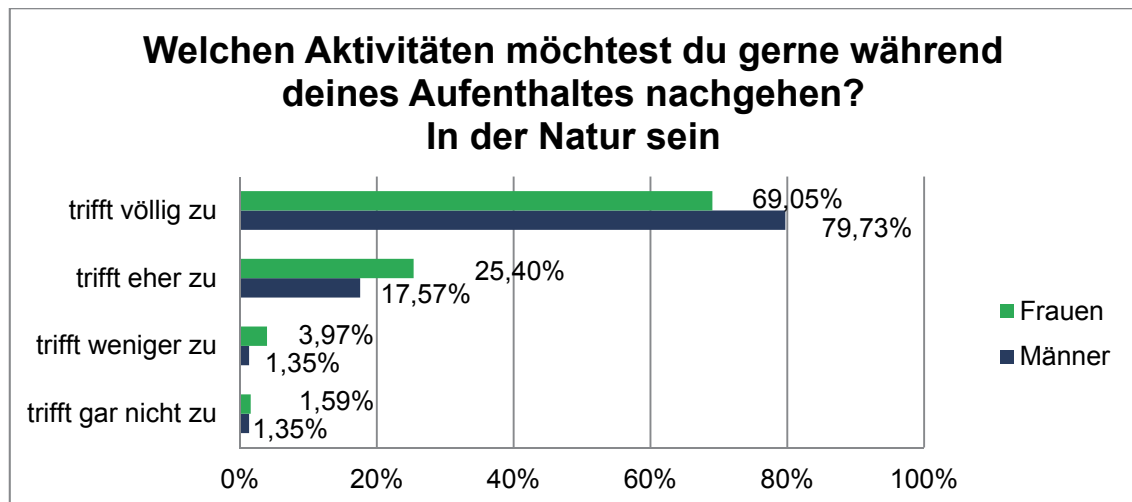


Abbildung 13: Aktivität; in der Natur sein  
Männer und Frauen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

Das Neuseelandmotiv Landschaft und Natur (Abbildung 14) ist für 79,73% der Männer und 80,16% der Frauen ein Beweggrund, an das andere Ende der Welt zu reisen.

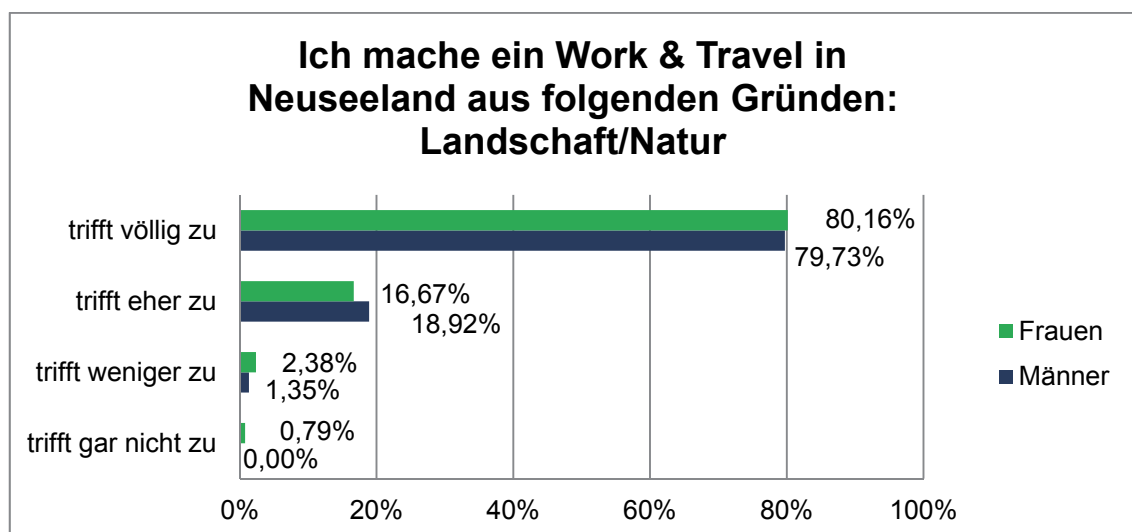


Abbildung 14: Neuseelandmotiv; Landschaft/Natur  
Männer und Frauen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

42,06% der Frauen empfindet das Klima als einen eher weniger zutreffenden Grund, die Reise anzutreten. Bei den Männern geben 36,49% an, dass es ein eher zutreffen-

des Reisemotiv ist. Detaillierte Informationen können der Abbildung 15 entnommen werden.

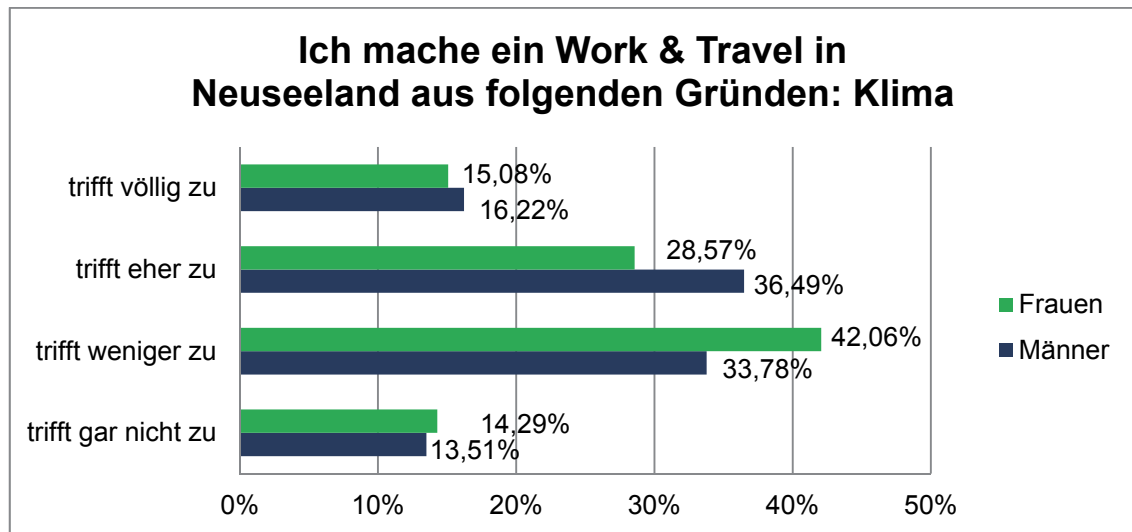


Abbildung 15: Neuseelandmotiv; Klima  
Männer und Frauen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

Auf der anderen Seite wollen 80,95% der Frauen und 75,68% der Männer die Landschaft Aotearoas genießen, siehe Abbildung 16.

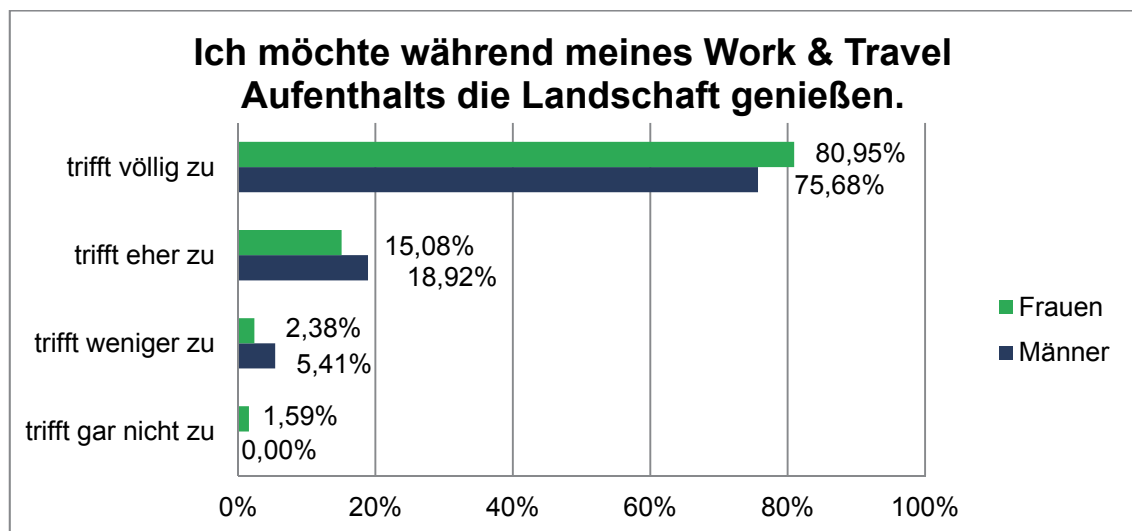


Abbildung 16: Motiv; die Landschaft genießen  
Männer und Frauen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

„Abenteuer/Einmaliges/Unvergessliches erleben“ (Abbildung 17) wird von 90,54% der Männer und 92,06% der Frauen als Motive für den Aufenthalt in Neuseeland angegeben.

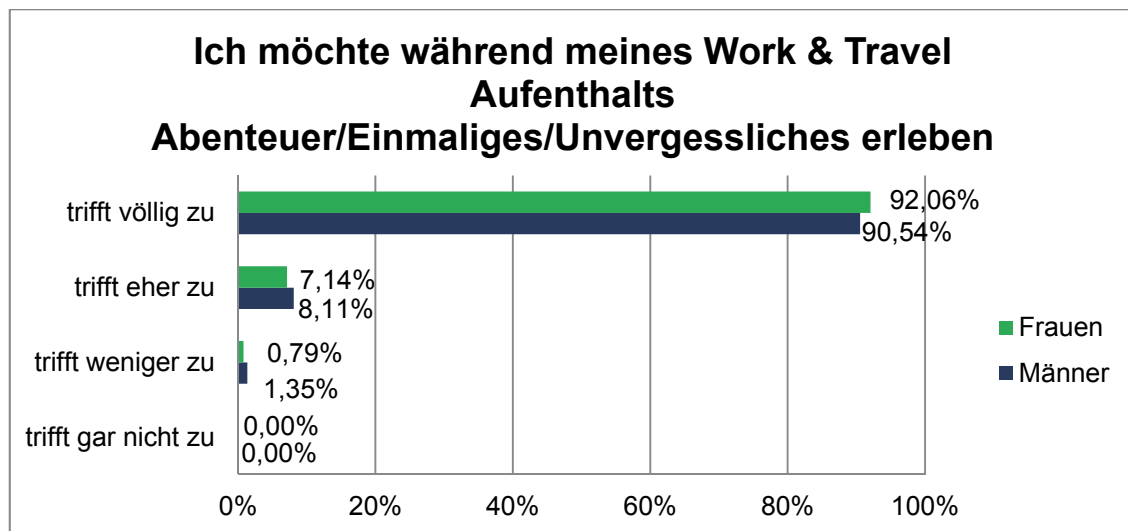


Abbildung 17: Motiv; Abenteuer/Einmaliges/Unvergessliches erleben  
Männer und Frauen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

Der Aspekt des Entspannens und der Gelassenheit ist für 57,94% der Frauen und 44,59% der Männer völlig zutreffend. Weitere Angaben können der nachfolgenden Abbildung 18 entnommen werden.

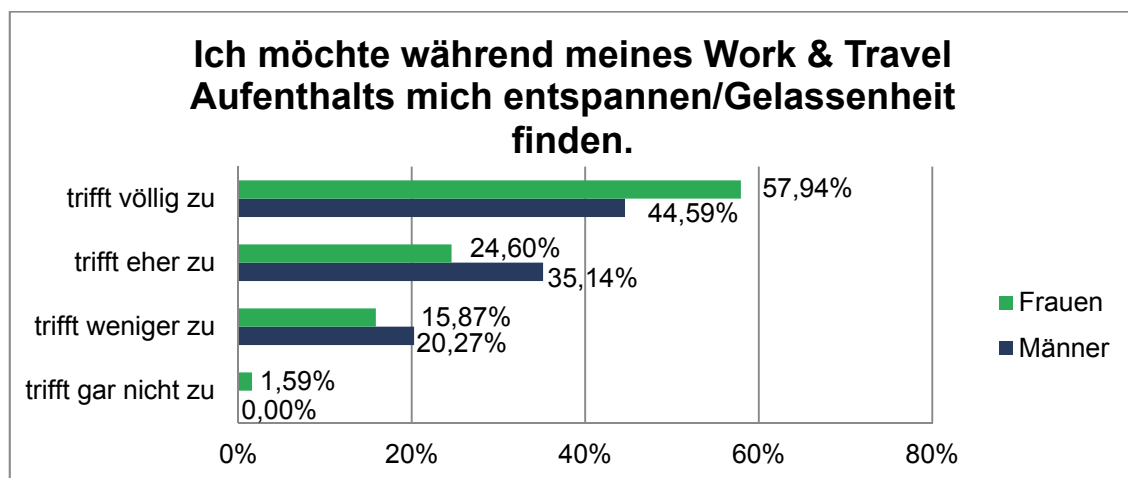


Abbildung 18: Motiv; mich entspannen/Gelassenheit finden  
Männer und Frauen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

## 7.2.2 Fazit

**Frauen planen alles bis ins kleinste Detail und sind geselliger als Männer.**

Lediglich ein minimaler Unterschied besteht zwischen Männer und Frauen, welche Organisationen für die komplette Reiseplanung nutzen. Etwas mehr Männer als Frauen



organisieren ihre Reise selbstständig. Zwei Drittel der Männer reisen mit einem komplett flexiblen Reiseplan, ein Drittel mit einer groben Planung. Dagegen planen 47,62% Frauen die Reise grob, 52,38% sind komplett flexibel. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Frauen dieser Untersuchung nicht alles bis ins kleinste Detail planen, aber sie haben einen größeren Drang danach, einen groben Plan bezüglich ihrer Reise zu besitzen. Zwei Drittel der Männer, 10,66% mehr als die Frauen, reisen alleine. Hierin erweisen sich die Frauen als geselliger. Dagegen geben die Form der Übernachtung und die Wahl der Reisemittel keine Aufschlüsse über die Vergleichbarkeit der Geselligkeit von Männern und Frauen.

### **Frauen ist die Sicherheit sehr wichtig, Männer sind abenteuerlustiger.**

Der Reiseform Work and Travel haftet ein gewisses Maß an Abenteuerlust an. Trotzdem achten Frauen stärker auf ihre Sicherheit: Beinahe die Hälfte plant die Reise grob (von den Männern nur ein Drittel), so dass die Möglichkeit besteht, dass zum Beispiel ihre Angehörigen im Voraus Unterkünfte und Ziele kennen. Zudem reisen deutlich weniger Frauen allein. Das Hauptverkehrsmittel für alle Work and Traveller ist das Auto, doch reisen mehr Frauen hiermit, während mehr Männern per Anhalter fahren. Dies weist darauf hin, dass Frauen ihre Sicherheit wichtig ist beziehungsweise dass sie stärker darum besorgt sind.

Auf die größere Abenteuerlust der Männer weisen die Reiseformen Trampen und Zu-Fuß-Unterwegs-Sein sowie das alleine Unterwegs-Sein und die spontane Reiseplanung hin. Aber auch über drei Viertel der Frauen gaben an, dass es für sie von besonderer Bedeutung ist, in Neuseeland ein „Abenteuer/Einmaliges/Unvergessliches“ zu erleben. Infolgedessen kann die Aussage, dass den Frauen der Aspekt der Sicherheit wichtiger ist als den Männern, eingeschränkt bestätigt werden, wohingegen bei den Männern die Abenteuerlust ein wenig hervorsteicht.

### **Männer haben ein größeres Interesse an sportlichen Aktivitäten, Frauen wollen sich lieber entspannen und die Landschaft genießen.**

Im Vergleich zu den Frauen, wollen mehr Männer Aktivitäten in der Natur nachgehen. Desweiteren ist es für mehr Männer von besonderer Bedeutung, „ Extremsport/Sport“ während ihres Aufenthaltes in Neuseeland zu praktizieren. Frauen betonen dagegen vermehrt das Bedürfnis, sich zu entspannen und die Landschaft zu genießen. Beim Motiv, wegen der Landschaft und der Natur nach Neuseeland gekommen zu sein, liegen Frauen und Männer nur geringfügig auseinander, das Klima war für beide Geschlechter kein besonders wichtiges Reisemotiv. Im Falle des Sportes ist die Hypothese zutreffend, da er für einen größeren Anteil der Männer von besonderer Be-

deutung ist. Hingegen möchten die Frauen stärker die Landschaft genießen und sich entspannen. Die oben genannte These bestätigt sich also durch diese Umfrage.

## 7.3 Altershypothese

Die Altershypothese besteht aus folgenden Komponenten:

- Die jüngeren Teilnehmer bevorzugen das Reisen, die älteren das Arbeiten.
- Jüngere Work and Traveller machen Party, ältere sammeln Berufserfahrungen und verdienen Geld.
- Die jüngeren agieren im Zuge des Fluchtmotives, die älteren nicht.

Für diese Gegenüberstellung teilt die Autorin die Befragten in zwei Gruppen auf: 17- bis 24-Jährige und 25- bis 32-Jährige.

### 7.3.1 Ergebnisse

85,00% der Respondenten befinden sich zwischen dem 17. und dem 24. Lebensjahr (die Jüngeren), die restlichen 15,00% sind zwischen 25 und 32 Jahre alt (die Älteren).

32,94% der jüngeren und 40,00% der älteren Befragten bevorzugen ein ausgewogenes Verhältnis zwischen dem Arbeiten und dem Reisen. Für 13,33% der Älteren soll das Arbeiten das Reisen überwiegen, dies ist bei 8,24% der jüngeren der Fall, siehe Abbildung 19.

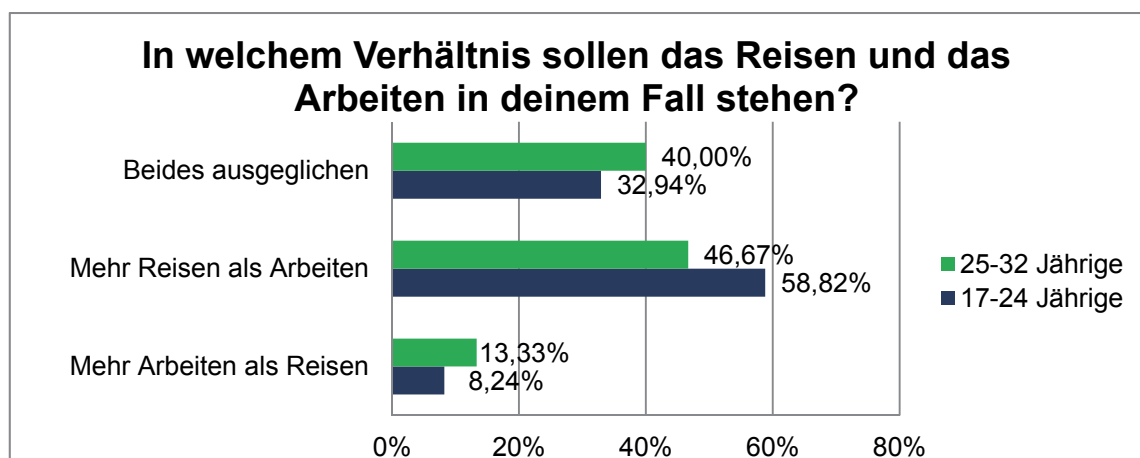


Abbildung 19: Verhältnis zwischen Reisen und Arbeiten  
Altersgruppen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

15,88% der 17- bis 24-Jährigen geben an, dass es eher zutrifft, dass sie feiern und Party machen wollen, hingegen ist dies nur bei 6,67% der 25- bis 32-Jährigen eher der Fall. Detaillierte Informationen können der Abbildung 20 entnommen werden.

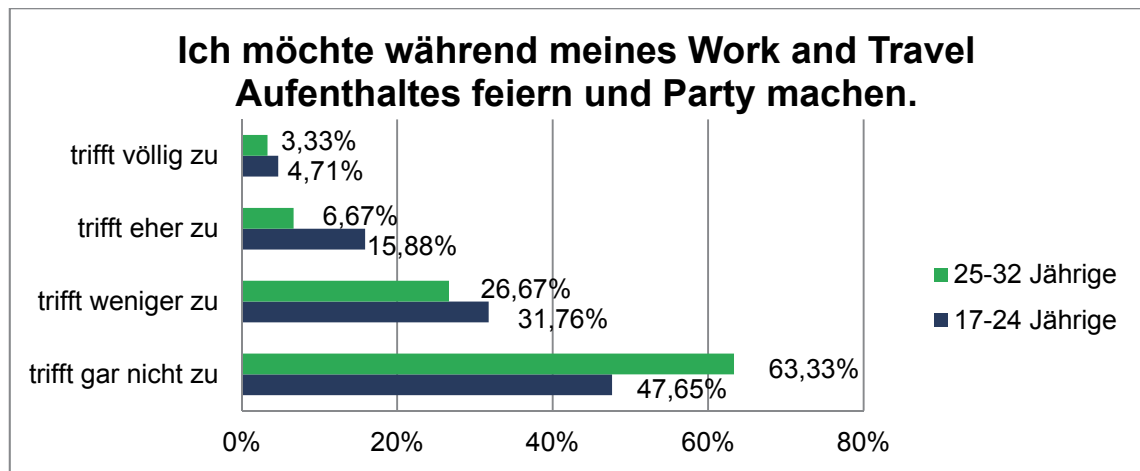


Abbildung 20: Motiv; feiern und Party machen  
Altersgruppen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

13,33% der älteren Altersgruppe wollen Berufserfahrungen sammeln (Abbildung 21) und Geld verdienen (trifft völlig zu 20,00%/trifft eher zu 26,67%). 12,94% der jüngeren Travel-Worker geben an, dass sie Berufserfahrungen sammeln wollen und 13,53% (trifft völlig zu) beziehungsweise 18,82% (trifft eher zu) sagen, dass das Geldverdienen (Abbildung 22) eine Rolle spielt.

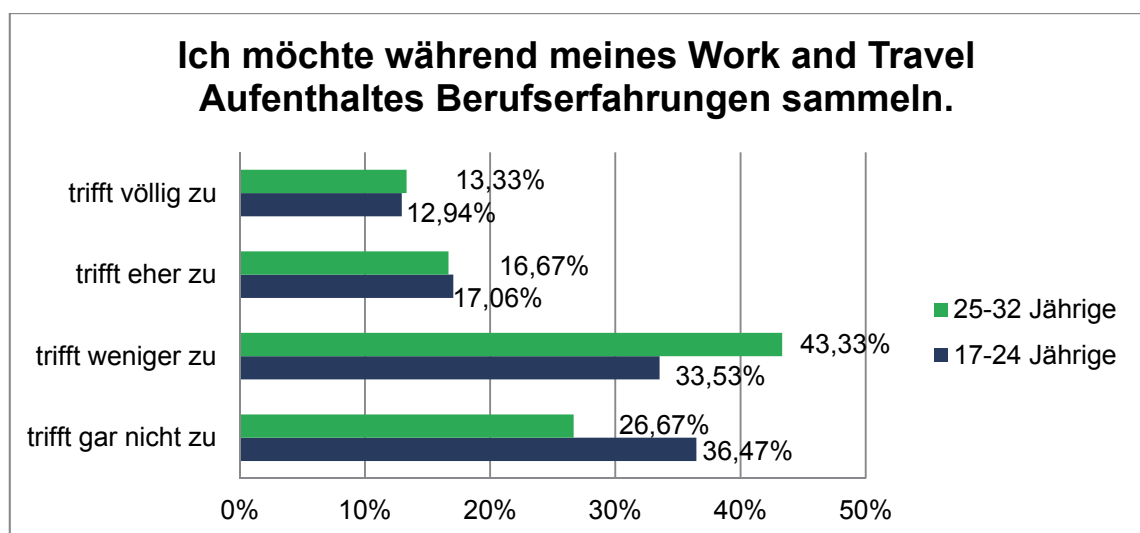


Abbildung 21: Motive; Berufserfahrungen sammeln  
Altersgruppen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

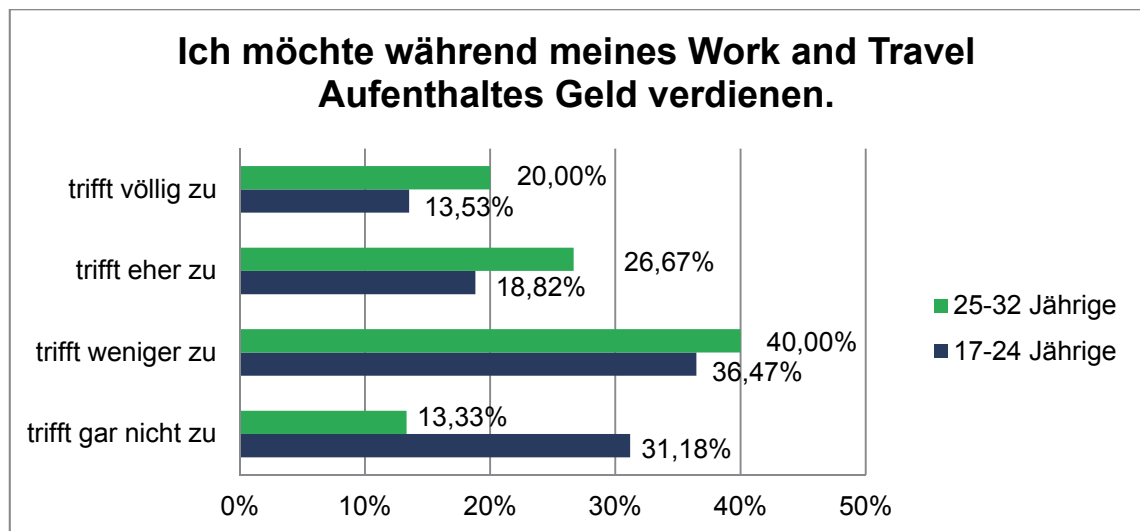


Abbildung 22: Motiv; Geld verdienen  
Altersgruppen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

„Akademisches (Hochschulkurs/Sprachkurs)“ gaben 3,33% der Älteren und 1,76% der Jüngeren als Aktivität an. Weitere Einstufungen können der folgenden Abbildung 23 entnommen werden.

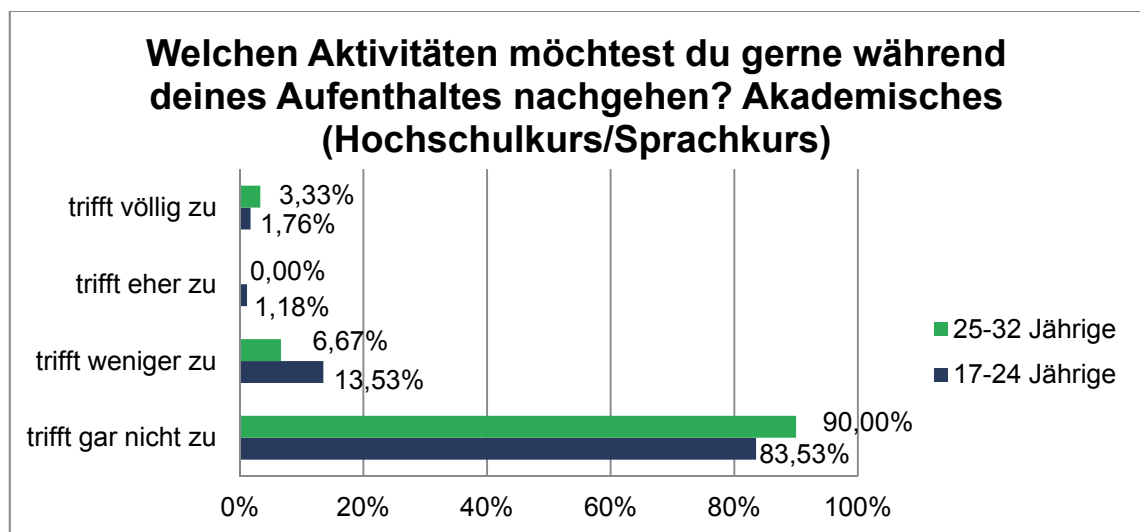


Abbildung 23: Aktivität; Akademisches  
Altersgruppen im Vergleich, n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

Die Informationen über den nächsten Job werden von unterschiedlichen Quellen eingeholt und so war bei dieser Frage eine Mehrfachnennung möglich. Hier zählen das Internet (40,30% der älteren/28,41% der jüngeren), Tipps von anderen Backpackern (16,42% der älteren/22,03% der jüngeren) und die persönliche Vorsprache (14,93% der älteren/14,54% der jüngeren) zu den am häufigsten genutzten Ressourcen. Auffäl-

lig ist, dass eine deutlich höhere Anzahl älterer Travel-Worker das Internet als Informationsquelle nutzt als die jüngeren. Weitere Informationsquellen und deren Gewichtung können in Abbildung 24 eingesehen werden.

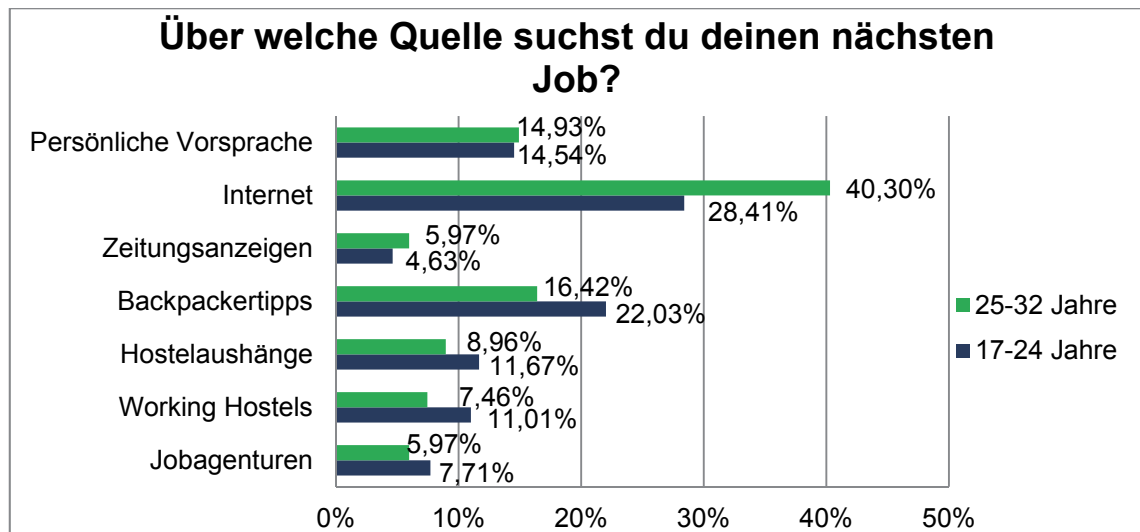


Abbildung 24: Informationsquelle bei der Jobsuche  
 Altersgruppen im Vergleich, n=200, Mehrfachnennung möglich, Häufigkeit nach Antworten  
 Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Frage, ob die Teilnehmer sich wegen der weiten Entfernung zu Deutschland für Aotearoa entschieden haben (Abbildung 25), gab über ein Viertel der jüngeren Generation (29,41%) an, dass dies völlig zutrifft. Die Mehrzahl der älteren Teilnehmer (56,67%) gab an, dass dies gar nicht zutrifft. Demnach ist es nicht verwunderlich, dass 33,53% der jüngeren sagen, das sie mithilfe des Aufenthaltes in Neuseeland Abstand zu ihrer Heimat schaffen möchten, siehe Abbildung 26. Bei den Älteren ist dies bei 23,33% der Fall, sie wollen eher dem Alltag entfliehen (60,00%), was bei 48,24% der Jüngeren ein Motiv darstellt (Abbildung 27).

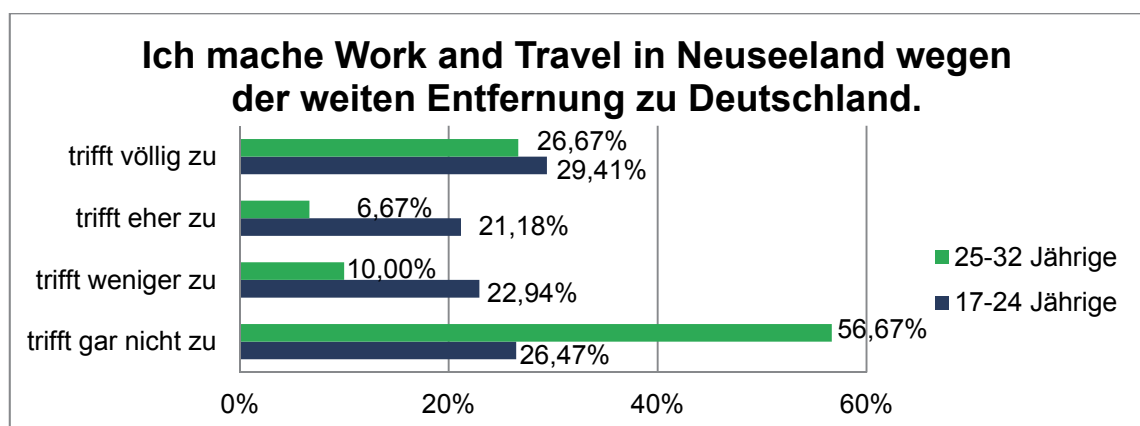


Abbildung 25: Neuseelandmotiv; weite Entfernung zu Deutschland  
 Altersgruppen im Vergleich, n=200  
 Quelle: Eigene Darstellung

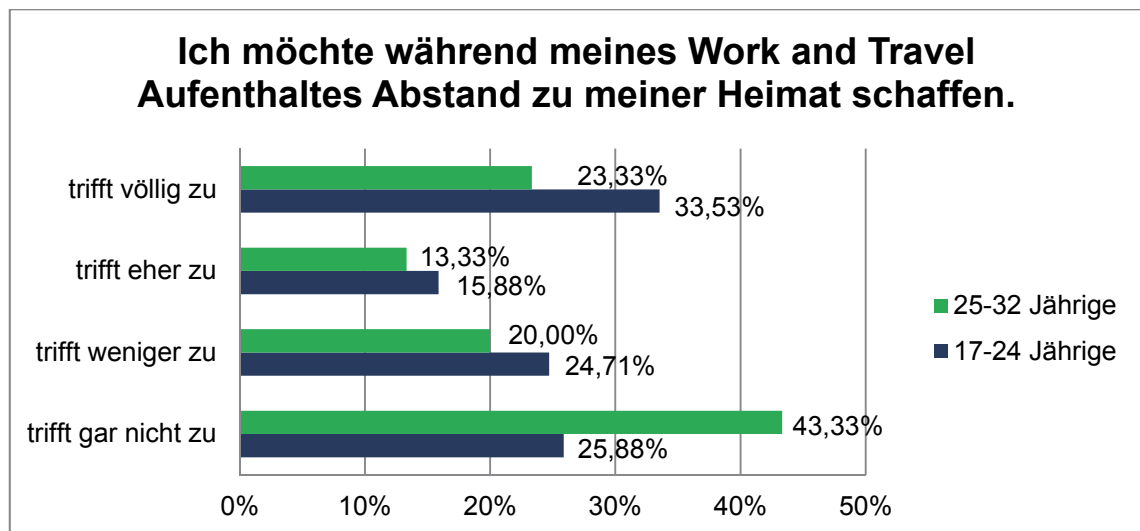


Abbildung 26: Motiv; Abstand zur Heimat schaffen  
 Altersgruppen im Vergleich, n=200  
 Quelle: Eigene Darstellung

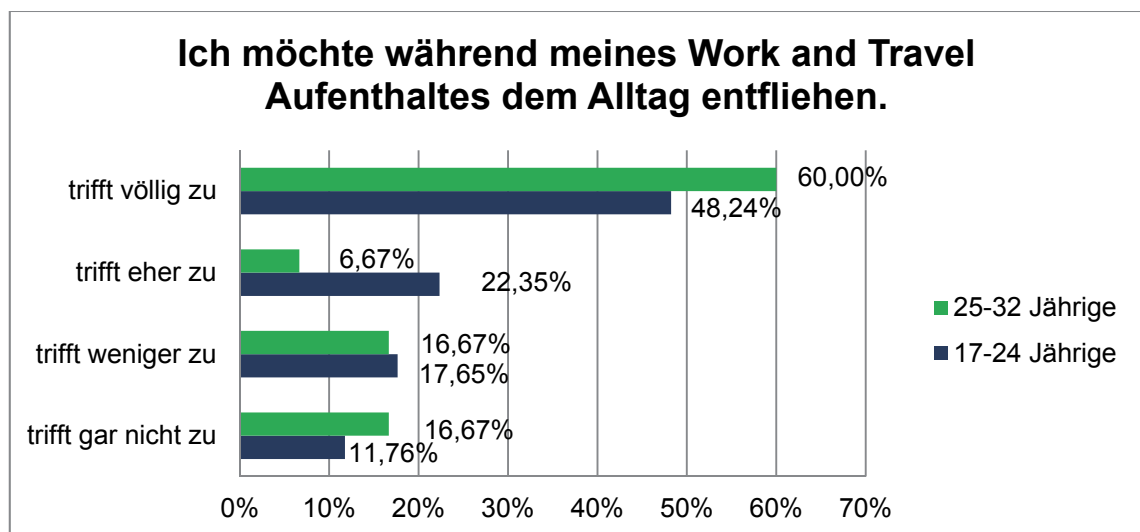


Abbildung 27: Motive; dem Alltag entfliehen  
 Altersgruppen im Vergleich, n=200  
 Quelle: Eigene Darstellung

### 7.3.2 Fazit

Nach Analyse des vorliegenden Datensatzes und dem erfolgten Vergleich der zwei Altersgruppen können folgende Aussagen getroffen werden.

**Die jüngeren Teilnehmer bevorzugen das Reisen, die älteren das Arbeiten.**

Es beabsichtigen prozentual mehr Teilnehmer aus der älteren Gruppe ein ausgewogenes Verhältnis zwischen dem Arbeiten und dem Reisen, sie wollen sogar mehr arbei-

ten als reisen. Es kann demnach die Aussage bestätigt werden, dass den älteren Teilnehmern das Arbeiten wichtiger ist als den jüngeren. Allerdings muss festgehalten werden, dass beide Altersgruppen in ihrer jeweiligen Gesamtheit das Reisen dem Arbeiten vorziehen.

### **Jüngere Work and Traveller machen Party, ältere sammeln Berufserfahrungen und verdienen Geld.**

Das Reisemotiv „Feiern und Party machen“ erhält im Vergleich von der jüngeren Altersgruppe eine größere Zustimmung, allerdings muss erwähnt werden, dass in beiden Kategorien die Mehrzahl der Teilnehmer diesem Motiv nicht zustimmt. Das Motiv der Berufserfahrung und des Geldverdienens erhält im Vergleich hingegen eine höhere Zustimmung der älteren Teilnehmer. Allerdings steht die Mehrzahl beider Gruppen den Motiven ablehnend gegenüber. Akademische Aktivitäten erhalten im Vergleich eine höhere Zustimmung der älteren Respondenten, allerdings geben in beiden Altersgruppen die Mehrzahl der Teilnehmer an, dass sie keine Aktivitäten in dieser Richtung ausüben wollen. Die Hypothese wurde also bestätigt, allerdings trifft sie kein Kernmotiv für deutsche Work and Traveller.

### **Die jüngeren agieren im Zuge des Fluchtmotives.**

Interessant ist festzustellen, dass die Mehrzahl der jüngeren Work and Travel-Teilnehmer Neuseeland wegen der weiten Entfernung zu Deutschland gewählt haben, die Mehrzahl der älteren empfindet dies als kein zutreffendes Motiv. Unterstützend zu der Einstellung gegenüber dem Neuseelandmotiv stimmen die meisten jungen Befragten zu, dass sie während ihres Aufenthaltes in Aotearoa Abstand zu ihrer Heimat schaffen wollen, hingegen wählen die Älteren die komplette Ablehnung dieses Motives. Sie wollen stattdessen Abstand von ihrem Alltag gewinnen.

## **7.4 Einmaligkeits-Hypothese**

Die Einmaligkeits-Hypothese inkludiert die folgenden Aussagen:

- Die Work and Travel-Teilnehmer nutzen das Working-Holiday-Programm als einmalige Chance zwischen zwei Lebensabschnitten und kosten es in vollen Zügen aus.
- Die Work and Travel-Teilnehmer erhoffen sich Anerkennung.
- Die Work and Travel-Teilnehmer bereiten sich mit Hilfe des Work and Travel auf neue Herausforderungen vor und wollen sich persönlich weiterentwickeln.

### 7.4.1 Ergebnisse

Für 92,50% ist das Work and Travel in Neuseeland der erste Working Holiday in ihrem Leben, siehe Abbildung 28. Lediglich 7,50% haben bereits ein (93,33%) oder zwei (6,67%) absolviert (Abbildung 29). Hierbei waren 64,71% in Australien, 11,76% in den USA, 11,76% in Neuseeland. 5,88% in Süd-Afrika und ebenfalls 5,88% in Kanada, siehe Abbildung 30.

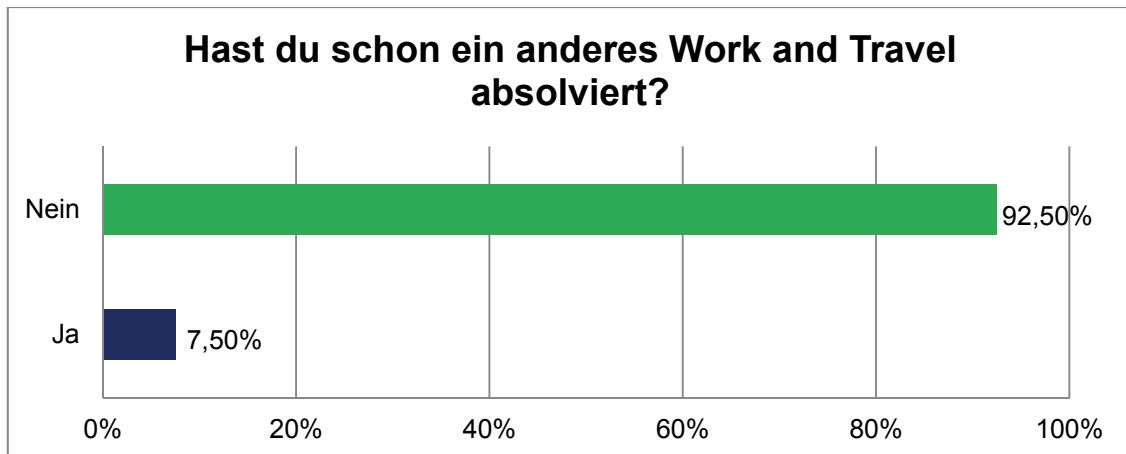


Abbildung 28: Work and Travel Erfahrungen  
n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

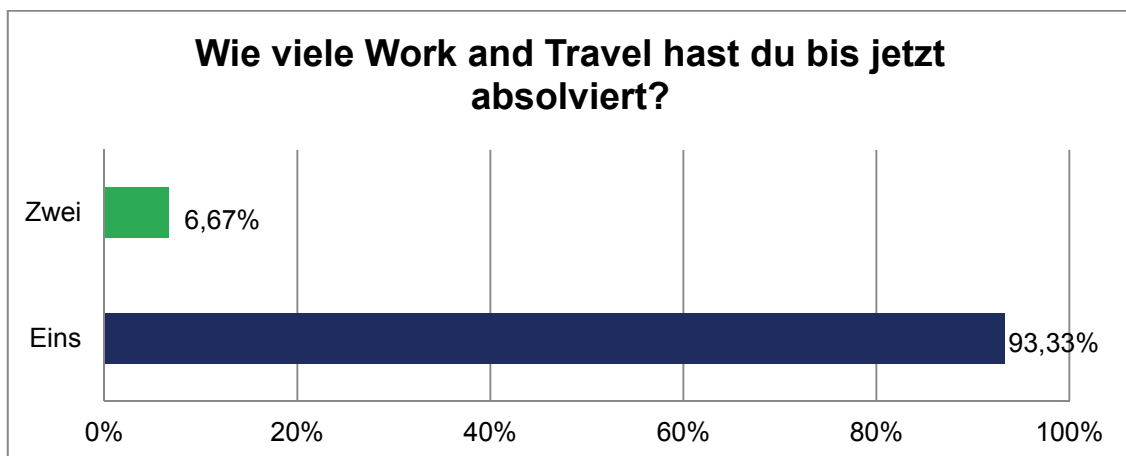


Abbildung 29: Anzahl der absolvierten Work and Travel  
n=15  
Quelle: Eigene Darstellung



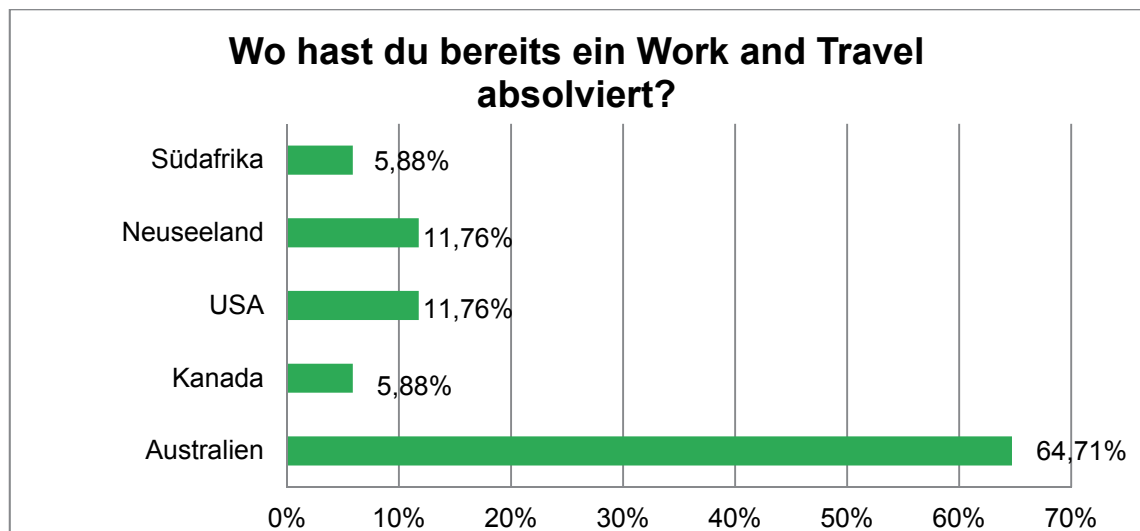


Abbildung 30: Orte der vorherigen Work and Travel  
 n=15, Mehrfachnennung möglich, Häufigkeit nach Antworten  
 Quelle: Eigene Darstellung

81,50% der Befragten geben an, ihr Work and Travel Abenteuer in einer Überbrückungszeit zu absolvieren. 11,50% befinden sich in einem Sabbat-Jahr, 3,50% im Urlaub, 2,50% im Urlaubssemester und 1,00% im Auslandssemester (Abbildung 31).

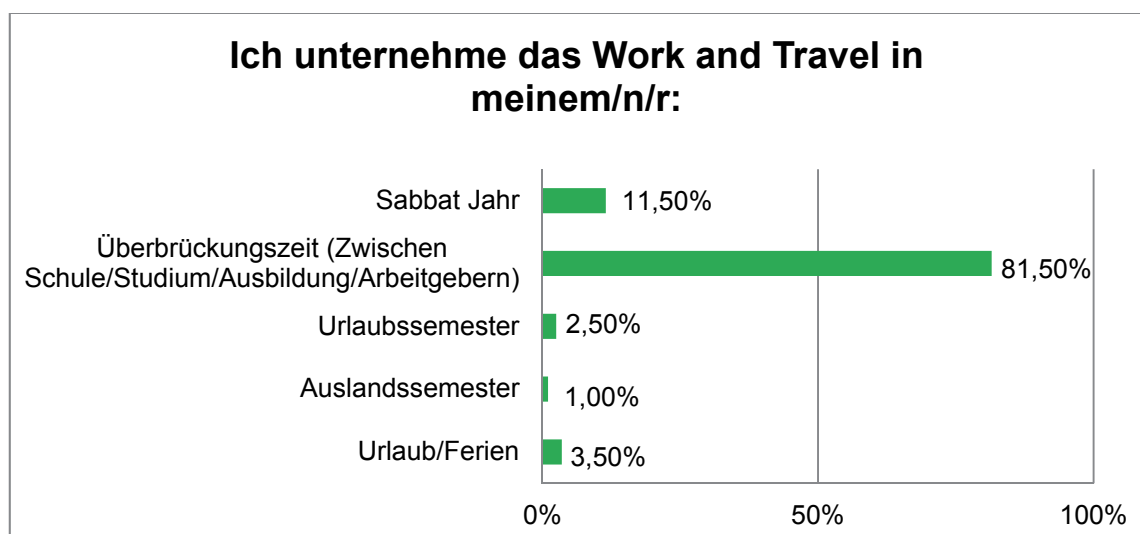


Abbildung 31: Lebensabschnitt  
 n=200  
 Quelle: Eigene Darstellung

Zwölf Monate bleiben 20,60% der Befragten in Neuseeland, 15,08% sechs Monate und 11,06% acht Monate. Detaillierte Informationen über die geplante Reiselänge können der Abbildung 32 entnommen werden.

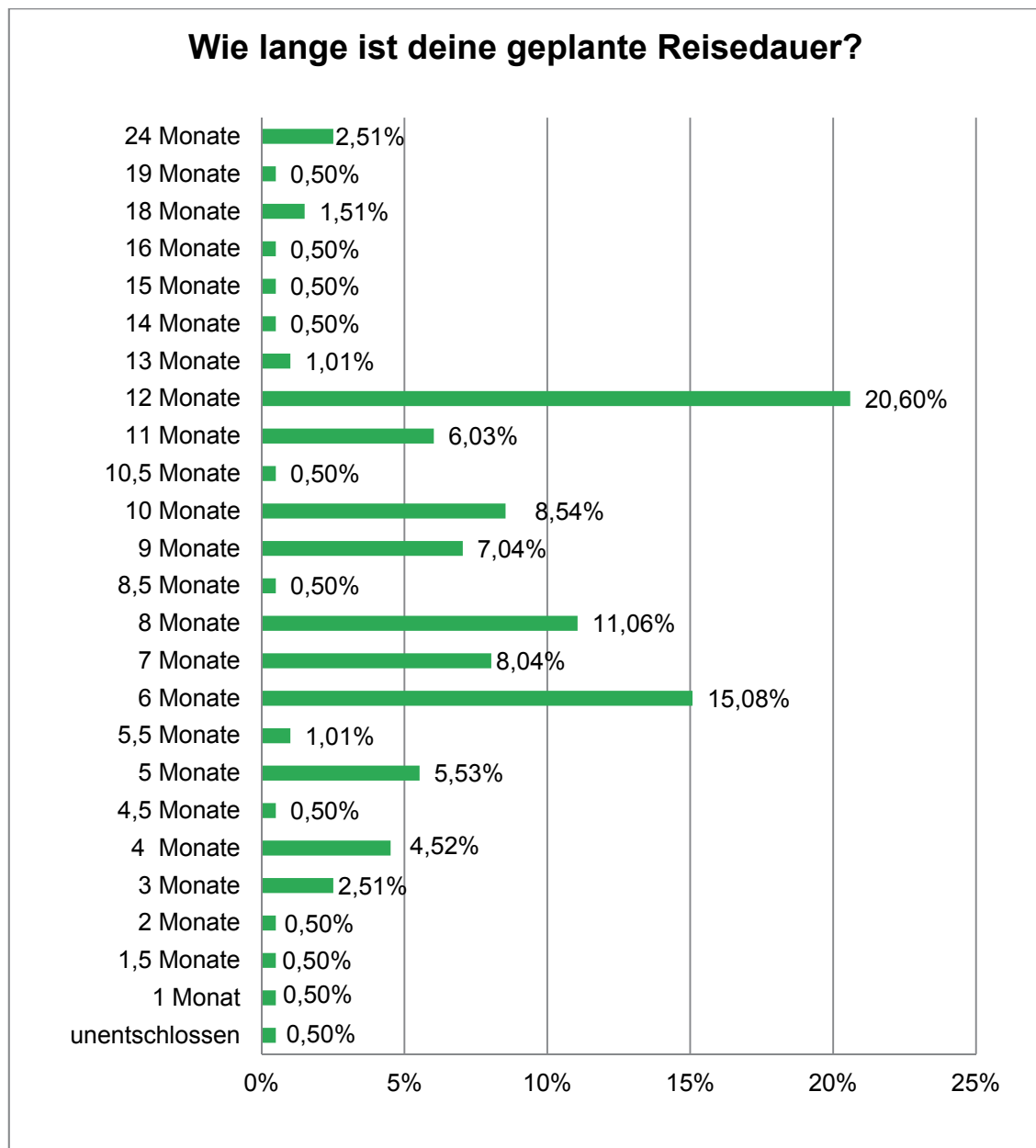


Abbildung 32: Geplante Reisedauer

n=200

Quelle: Eigene Darstellung

Bei Betrachtung der Abbildung 33 wird ersichtlich, dass die beliebtesten Reisemonate von Dezember bis Mai sind. Im Juli und August, dem neuseeländischen Winter, gibt es einen auffälligen Einbruch in der Reiseintensität.

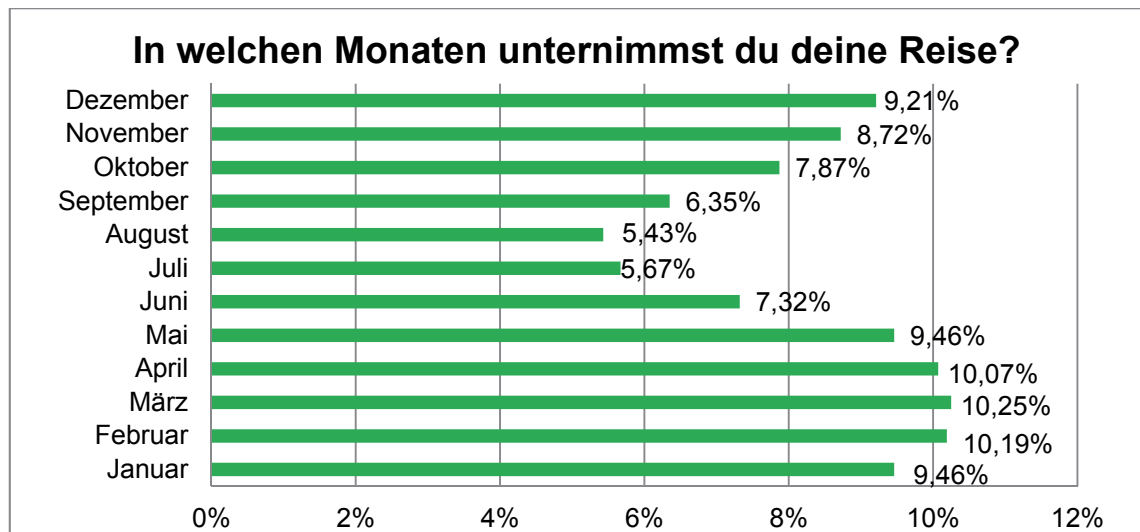


Abbildung 33: Reisemonate  
 n=200, Mehrfachnennung möglich, Häufigkeit nach Antworten  
 Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Befragung nach den Motiven gaben 35,00% an, dass es auf sie völlig zutrifft, dass sie lernen wollen, sich von materiellen Gütern zu befreien und mit weniger auszukommen (Abbildung 34). Die vollständige Zustimmung bezogen auf die Aspekte der Verbesserung ihrer Englischkenntnisse (Abbildung 35) gaben 71,00% der Befragten an und bei der persönlichen Weiterentwicklung (Abbildung 36) 85,00%. Bei dem Motiv: das „Alleinsein genießen/mich selbst finden/mich besser kennenlernen“ (Abbildung 37) gaben 39,50% an, dass dies eher zutrifft.

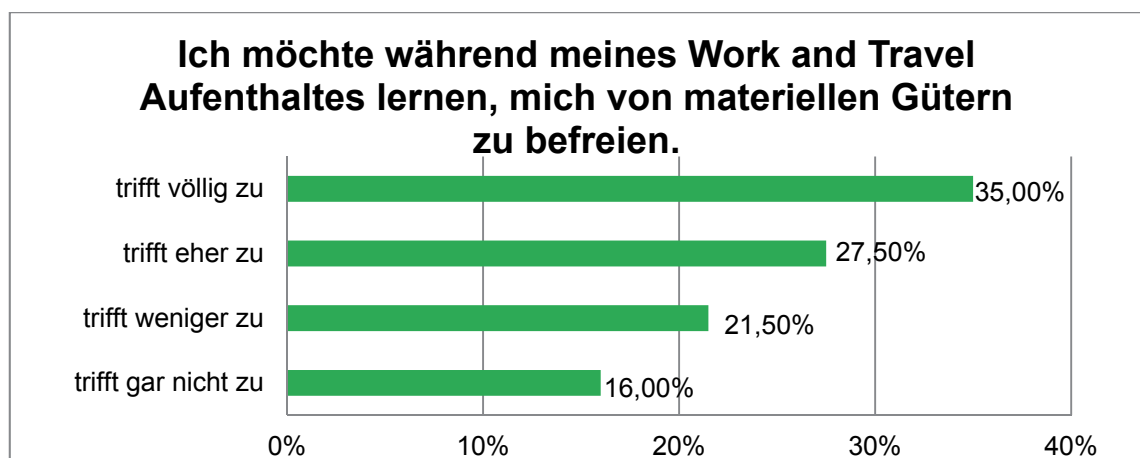


Abbildung 34: Motiv; lernen, sich von materiellen Gütern zu befreien  
 n=200  
 Quelle: Eigene Darstellung

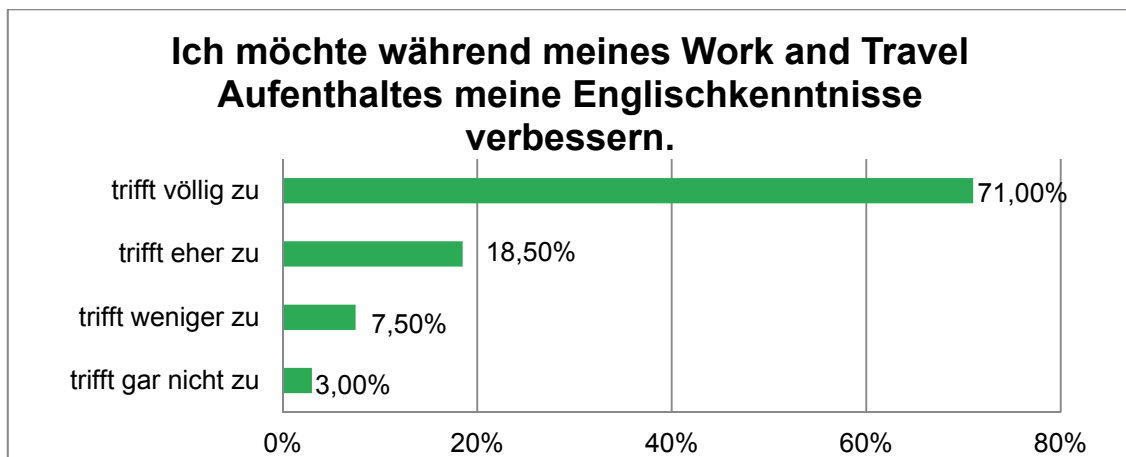


Abbildung 35: Motiv; Englischkenntnisse verbessern  
 n=200  
 Quelle: Eigene Darstellung

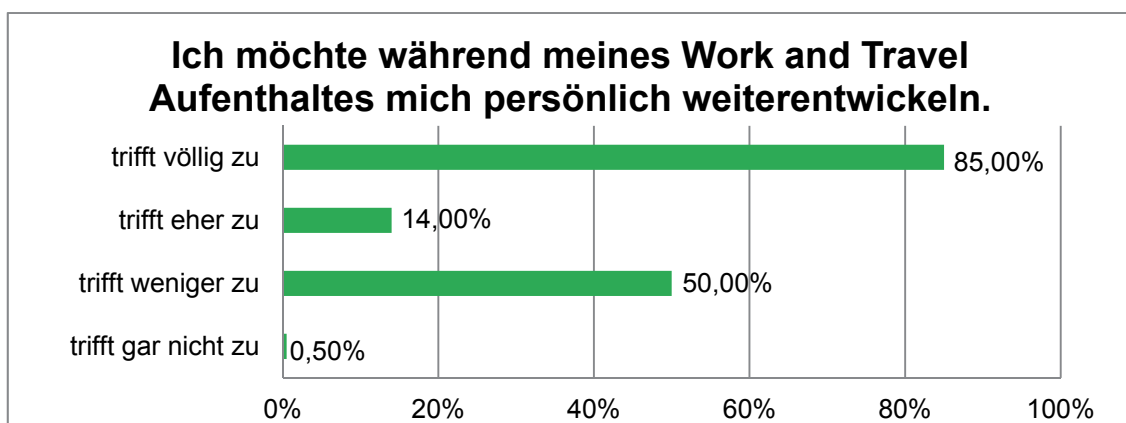


Abbildung 36: Motiv; persönlich weiterentwickeln  
 n=200  
 Quelle: Eigene Darstellung

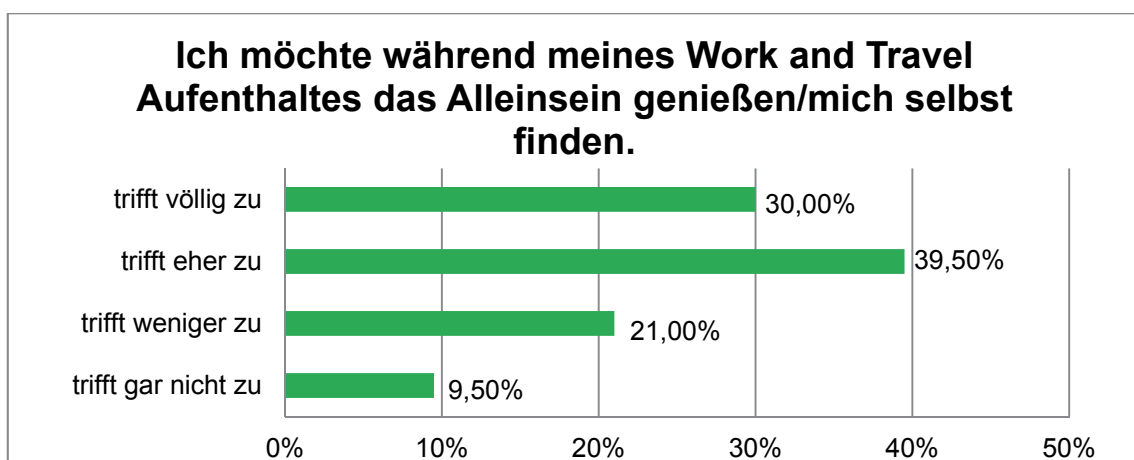


Abbildung 37: Motiv; das Alleinsein genießen/mich selbst finden  
 n=200  
 Quelle: Eigene Darstellung

35% der Teilnehmer erhoffen sich Anerkennung von Freunden und Bekannten, da sie etwas ganz besonderes gemacht haben, siehe Abbildung 38.

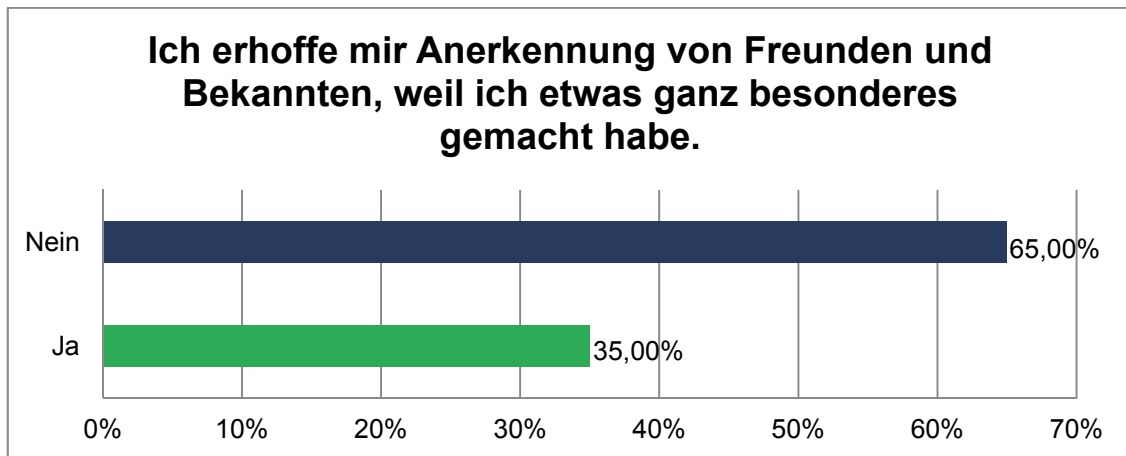


Abbildung 38: Wunsch nach Anerkennung  
n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

Bei der Frage nach den Initiatoren war eine Mehrfachnennung möglich (Abbildung 39). Hier gaben 45,79% an, dass sie durch Freunde und Bekannte darauf kamen, ein Work and Travel zu absolvieren. 26,26% wurden durch das Internet, 8,08% durch die Schule und die Uni, 7,41% durch Werbung von Organisationen und 1,68% von Zeitungen auf die Idee gebracht. Unter Sonstiges wurden noch weitere Aspekte wie das „Interesse an der Landschaft beziehungsweise dem Land“, die „Reise an das andere Ende der Welt“, „Herr der Ringe“ und viele weitere Initiatoren aufgelistet.

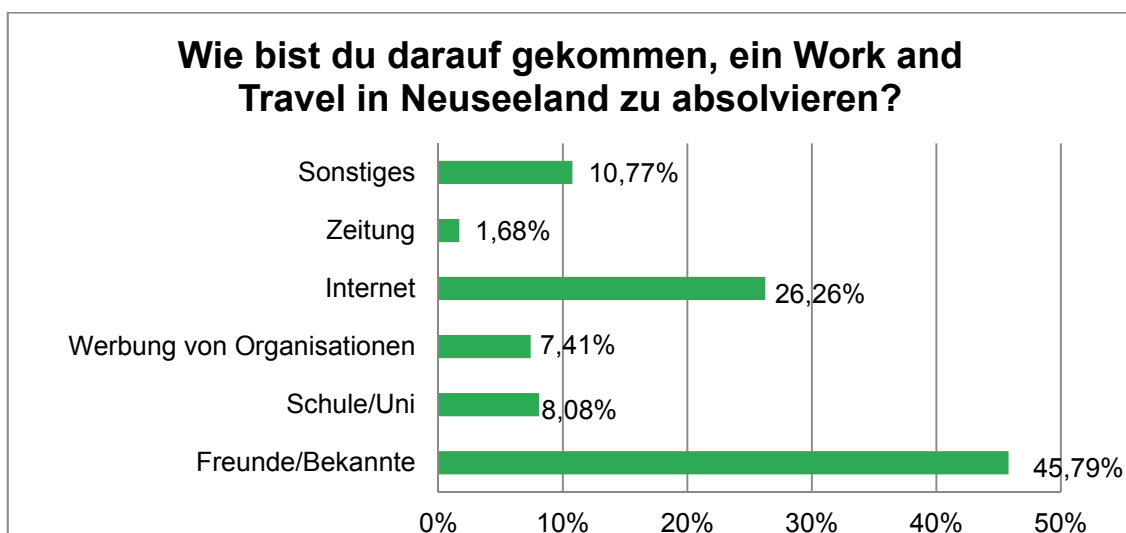


Abbildung 39: Initiatoren  
n=200, Mehrfachnennung möglich, Häufigkeit nach Antworten  
Quelle: Eigene Darstellung

Die Befragten erhoffen sich durch die Teilnahme an diesem Programm, dass sie selbstständiger (29,50%), selbstbewusster (27,50%) und weltoffener (21,00%) werden. Weitere Persönlichkeitsmotive (Abbildung 40) sind zielstrebig (7,50%), motivierter (6,00%) und engagierter (2,50%) zu werden. Bei Sonstiges (6,00%) wurden Kombinationen aus den oben erwähnten Motiven genannt oder alle als wichtig angegeben. Desweiteren wurden folgende Motive angegeben: „entspannter werden“, „realitätsbezogener“ und „den eigenen Weg finden“. Bei der offenen Frage nach der persönlichen Bedeutung des Work and Travels wurden von 40 Teilnehmern abermals Motive wie „selbst besser kennen lernen/weiterentwickeln/auf eigenen Beinen stehen“ genannt.

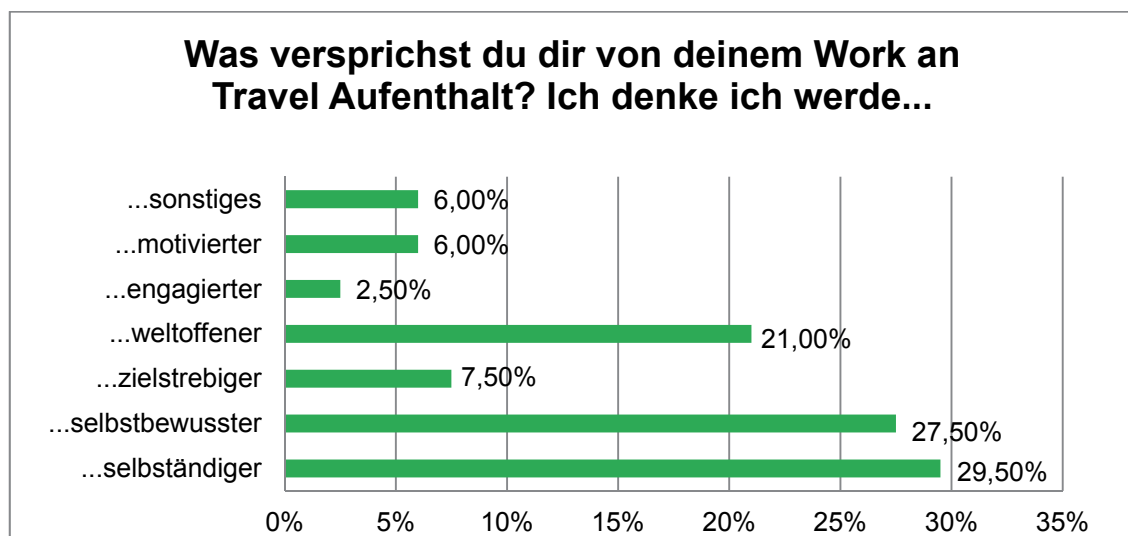


Abbildung 40: Persönlichkeitsmotive  
n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

## 7.4.2 Fazit

**Die Work and Travel-Teilnehmer nutzen das Working-Holiday-Programm als einmalige Chance zwischen zwei Lebensabschnitten und kosten es in vollen Zügen aus.**

Für den Großteil der Teilnehmer der Befragung war es der erste Work and Travel Aufenthalt. Der Großteil derer, welche vorher bereits eines absolviert haben, tat dies in Neuseeland, sprich sie befinden sich momentan in ihrer Verlängerungsphase, oder in Australien. An dieser Stelle kann die Vermutung aufgestellt werden, dass aufgrund der räumlichen Nähe zu Neuseeland die Teilnehmer in einer Phase ihres Lebens beide Work and Travel Programme hintereinander legen. Dies wäre für tiefergehende Studien ein sehr interessanter Aspekt. Deutlich mehr als die Hälfte der Befragten geben an, das Work and Travel in einer Überbrückungszeit zu absolvieren. Hierin könnte die Begründung liegen, dass mehr als ein Drittel der Teilnehmer eine Aufenthaltsdauer

zwischen zwölf und zehn Monaten wählen. Somit gewähren sie sich ein Jahr Pause zwischen zwei Lebensabschnitten. In dieser Zeit erleben sie alle Aspekte des neuseeländischen Jahresverlaufs, obwohl die Wintermonate eine geringere Reiseintensität aufweisen.

### **Die Work and Travel-Teilnehmer erhoffen sich Anerkennung.**

Knapp die Hälfte der Teilnehmer gibt an, die Idee zu einem Work and Travel von Freunden und Bekannten zu haben. Dies lässt die Vermutung zu, dass die Befragten sich durch die Teilnahme an einem solchen Programm Anerkennung und somit ein Gefühl der Angehörigkeit erhoffen. Allerdings erhoffen sich lediglich etwas mehr als ein Drittel der Work and Traveller Anerkennung für das monatelange Abenteuer am anderen Ende der Welt.

### **Die Work and Travel-Teilnehmer bereiten sich mit Hilfe des Work and Travels auf neue Herausforderungen vor und wollen sich persönlich weiterentwickeln.**

Die persönliche Weiterentwicklung der Befragten ist bei der Mehrzahl von hoher Bedeutung. Desweiteren wollen sie ihre Englischkenntnisse verbessern und lernen, sich von materiellen Gütern zu befreien beziehungsweise mit weniger auszukommen. Bei dem Motiv, „das Alleinsein genießen/mich selbst finden/mich besser kennenlernen“ gab die Mehrzahl an, dass dies eher zutrifft, aber nicht völlig. Bei den Persönlichkeitsmotiven fanden die drei Motive selbstständiger werden, selbstbewusster werden und weltoffener werden die größte Zustimmung. Beide Ergebnisse bestätigen die These, dass den Work and Travellern die Weiterentwicklung ihrer Persönlichkeit besonders wichtig ist und ein wichtiges Reisemotiv darstellt.

## **7.5 Hypothese zum interkulturellen Austausch**

Die Hypothese des interkulturellen Austausches besteht aus den folgenden Aussagen:

- Work and Traveller reisen, um die Menschen und die Kultur des fremden Landes kennenzulernen und Gleichgesinnte aus der ganzen Welt zu treffen.
- Alle Work and Travel-Teilnehmer wollen zu einem späteren Zeitpunkt auswandern.

### **7.5.1 Ergebnisse**

Bei der Frage, warum sie ein Work and Travel in Neuseeland machen, geben 40,50% der Befragten an, dass das Motiv von Mensch und Kultur eher zutrifft und 39,00% geben diesem Motive die vollständige Zustimmung. Somit ist es nach dem Neuseeland-

motiv „Landschaft/Natur“ mit 97,50% (trifft völlig zu und trifft eher zu) das zweitwichtigste Motiv um nach Aotearoa zu reisen, weitere Angaben zu der Einstellung gegenüber dem Motiv können in der Abbildung 41 eingesehen werden.

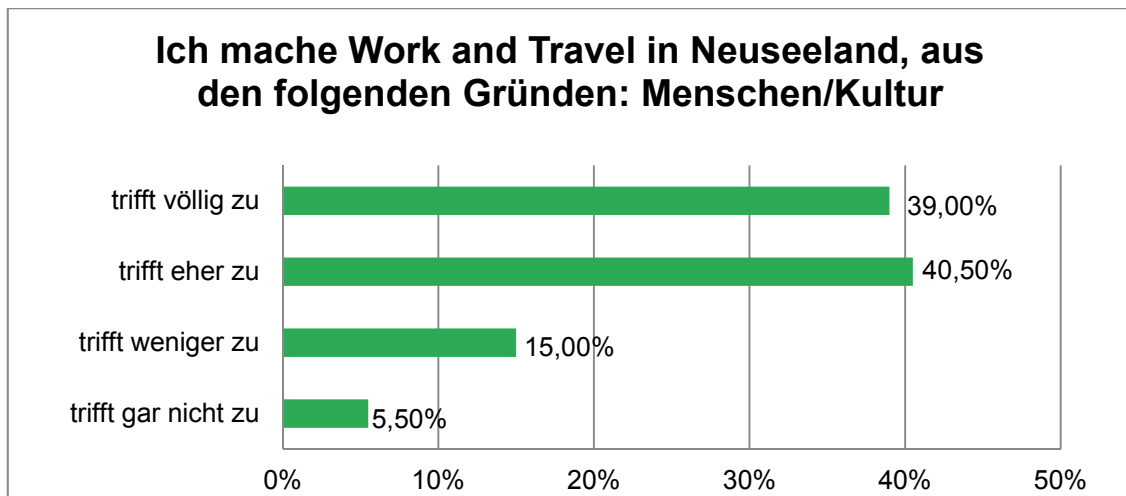


Abbildung 41: Neuseelandmotiv; Menschen/Kultur  
n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

Die Mehrzahl der Befragten will während ihres Aufenthaltes kulturellen und sozialen Aktivitäten nachgehen, lediglich 6,50% geben an, daran nicht interessiert zu sein, siehe Abbildung 42.

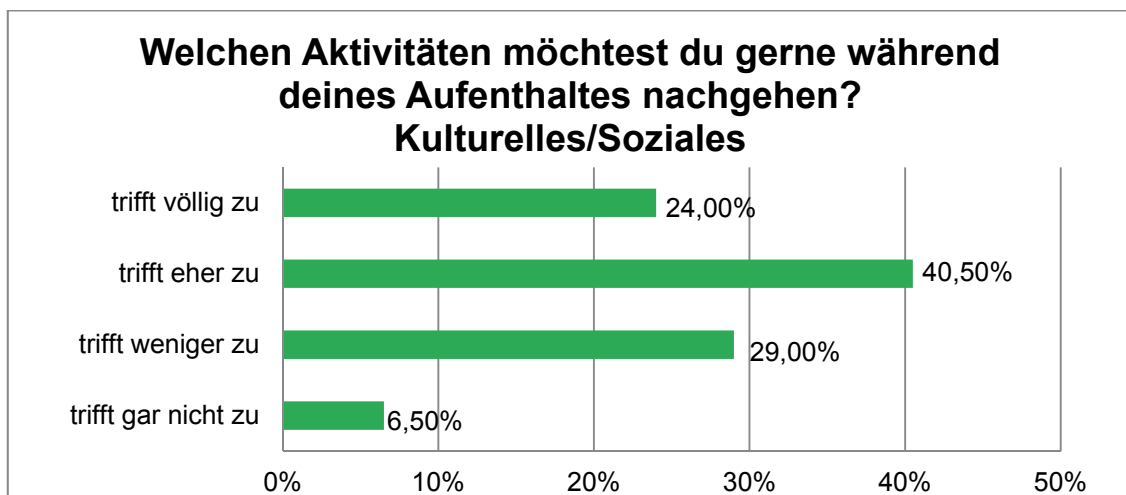


Abbildung 42: Aktivität; Kulturelles/Soziales  
n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

Desweiteren haben 42,50% der Teilnehmer dieser Umfrage ein Interesse daran, Gleichgesinnte aus der ganzen Welt zu treffen (Abbildung 43) und 44,50%, Einheimische kennenzulernen (Abbildung 44).



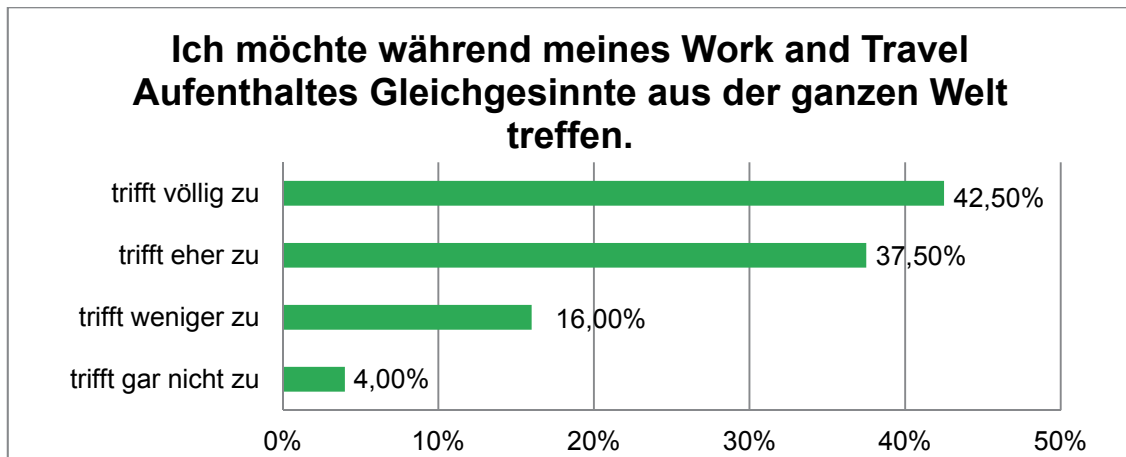


Abbildung 43: Gleichgesinnte treffen  
n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

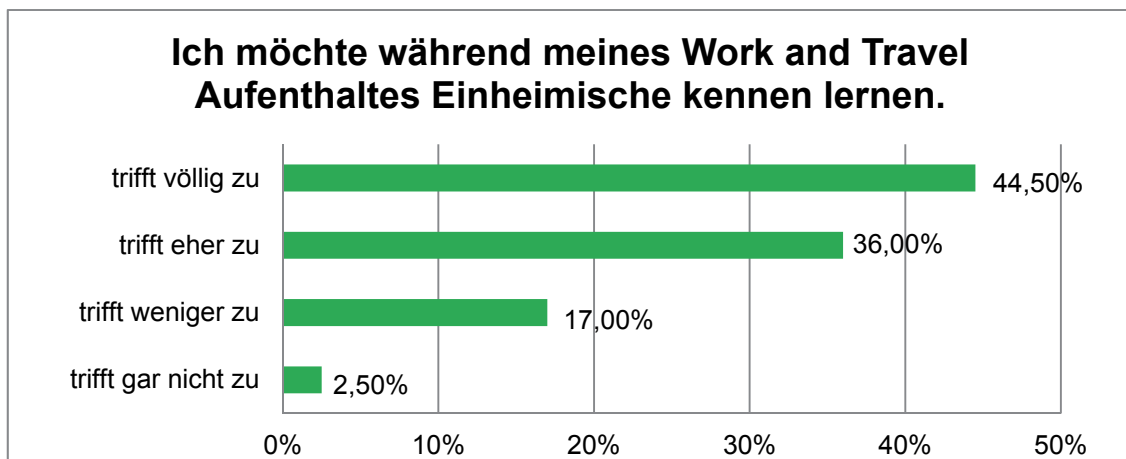


Abbildung 44: Motiv; Einheimische kennenlernen  
n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

Es wurde festgestellt, dass 60,50% der Travel-Worker darüber nachdenken einmal auszuwandern, siehe Abbildung 45.

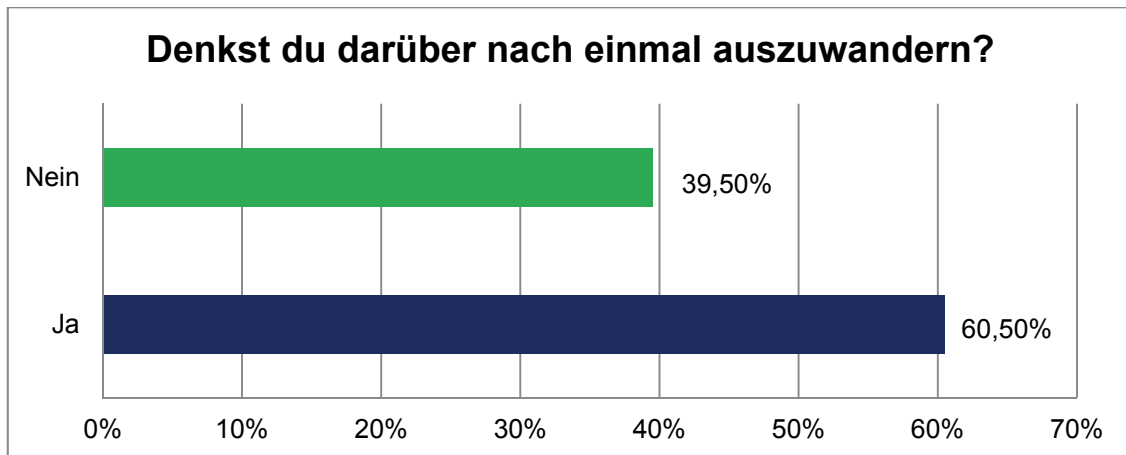


Abbildung 45: Gedanke über das Auswandern  
n=200  
Quelle: Eigene Darstellung

### 7.5.2 Fazit

**Work and Traveller reisen, um die Menschen und die Kultur des fremden Landes kennenzulernen und Gleichgesinnte aus der ganzen Welt treffen.**

Beinahe 80% der Befragten geben an, dass die Menschen und die Kultur Neuseelands ein zutreffender Reisegrund sind, um nach Aotearoa zu kommen. Es ist spannend festzustellen, dass Teilnehmer, für welche die Menschen und die Kultur von besonderer Bedeutung sind, ebenfalls mehrheitlich angeben, dass es ihnen wichtig ist, Gleichgesinnte aus der ganzen Welt zu treffen, Einheimische kennenzulernen und kulturellen sowie sozialen Aktivitäten nachzugehen. Somit kann die Erkenntnis gewonnen werden, dass diejenigen, denen die Kultur und die Menschen des Reiselandes wichtig sind, ihr Interesse bekunden und in entsprechenden Aktivitäten umsetzen.

**Alle Work and Travel-Teilnehmer wollen zu einem späteren Zeitpunkt auswandern.**

Mit der Analyse der empirischen Daten kann nicht gesagt werden, dass alle Work and Traveller einmal auswandern wollen, allerdings schließt eine Mehrzahl der Teilnehmer diese Möglichkeit als Teil ihres Lebens nicht aus und denkt in diese Richtung.

## 8 Bezug der Forschung über Backpacker zu den empirischen Daten

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der empirischen Datenerhebung „Das Reiseverhalten der deutschen Teilnehmer an einem Work and Travel in Neuseeland“ mit dem Forschungsstand zu den Backpackern verglichen. Hierfür werden Informationen aus den Kapiteln 3 und 4 aufgegriffen und zu den deutschen Work and Travel-Teilnehmern in Bezug gesetzt.

Den deutschen Work and Travellern in Neuseeland ist es sehr wichtig, Abenteuer, Einmaliges und Unvergessliches zu erleben, andere Kulturen zu erfahren und Gleichgesinnte aus der ganzen Welt zu treffen. Damit weisen sie dieselben Motive auf, welche Richards und Wilson für Backpacker erforscht haben.<sup>130</sup> Desweiteren geben mehr als die Hälfte der Befragten an, dass sie sich persönlich weiterentwickeln wollen, was von O'Reilly als ein wichtiger Reisegrund genannt wurde.<sup>131</sup>

Im Durchschnitt verreisen die Befragten für acht Monate, eine Zeitspanne, die als eine lange Reisedauer betrachtet wird und dem normaltypischen Reisezeitraum von Backpackern entspricht (so Sørensen). Zudem geben mehr als die Hälfte der Befragten an alleine zu reisen, allerdings kann mit der vorliegenden Untersuchung nicht festgestellt werden, ob sie sich vor Ort, wie Sørensen es beschreibt, in Reisegruppen für eine kurze Zeit zusammenschließen oder nicht.<sup>132</sup> Pearce beschreibt den flexiblen Reiseplan als zentrales Merkmal eines Backpackers, was sich für die Untersuchungsgruppe bestätigt.<sup>133</sup>

O'Reilly eruiert, dass das geringe Reisebudget der Backpacker sich in der Wahl der Unterkünfte widerspiegelt.<sup>134</sup> Diesem Forschungsergebnis entspricht die vorliegende empirische Datenerhebung: Mehr als die Hälfte der deutschen Backpacker wählt billige Unterkünfte wie das Mehrbettzimmer und das „Auto/Camper“. Das eingeplante Reisebudget wurde für die Deutschen in Neuseeland nicht erfragt, weshalb hier keine Aussagen getroffen werden können.

---

<sup>130</sup> Vgl. Richards/Wilson, 2004b: S. 26.

<sup>131</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 998.

<sup>132</sup> Vgl. Sørensen, 2003: S. 853 f.

<sup>133</sup> Vgl. Pearce/Murphy/Brymer, 2009: S. 10.

<sup>134</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 999.

Zum lebensbiographischen Aspekt gaben 163 Teilnehmer an, dass sie ihre Work and Travel-Monate in Neuseeland in einer Überbrückungszeit verbringen. Hiermit wird die Aussage von Riley unterstützt, welche besagt, dass sich die Rucksacktouristen am Ende eines Lebensabschnittes und vor Beginn eines neuen befinden.<sup>135</sup>

Die empirische Datenerhebung der deutschen Teilnehmer an einem Work and Travel in Neuseeland weisen alle wesentlichen Punkte auf, welche bereits für Backpacker erforscht wurden, und es können keine nennenswerten Unterschiede herausgearbeitet werden.

---

<sup>135</sup> Vgl. Riley, 1988: S. 317.

## 9 Vergleich zwischen zwei Studien zu deutschen Backpackern und deutschen Work and Travellern

Dieser Teil der Arbeit soll Aufschluss darüber geben, ob sich das Reiseverhalten der deutschen Backpacker von den deutschen Work and Travellern in Neuseeland unterscheidet oder übereinstimmt und in welchen Bereichen dies der Fall ist. Die Grundlage dieses Teils bildet die oben beschriebene Studie „Das Reiseverhalten der Deutschen Teilnehmer an einem Work and Travel in Neuseeland“ sowie die Studie „Profiling Backpackers in UK & Germany“ der Tourism New Zealand Organisation<sup>136</sup>.

Tourism New Zealand veröffentlichte am 25. August 2016 eine Studie über den Backpacker Markt der APAC Länder. Hierbei separierten sie Rucksackreisende, welche planen, in den nächsten drei Jahren für einen längeren Zeitraum nach Neuseeland zu kommen („Backpacker<sup>NZ</sup>“), und solche, die Neuseeland nicht als Destination mit einplanen (Backpacker). Desweiteren unterteilten sie die Gruppe der „Backpacker<sup>NZ</sup>“ in Deutsche und Engländer. Auf die Engländer in ihrer eigenständigen Gruppe wird nicht näher eingegangen, und somit haben die „Backpacker<sup>NZ</sup>“, welche im Folgenden genannt werden, immer die deutsche Nationalität. Die Backpacker der Studie wurden wie folgt definiert: Sie sind zwischen 18 und 24 Jahre alt und sind daran interessiert, für eine lange Zeit zu verreisen; sie wollen sich in wenigstens einem der APAC Länder aufhalten. Ein langer Urlaub in dieser Definition kann mit den folgenden Merkmalen beschrieben werden: Die Reisedauer umfasst zwei bis zwölf Monate, möglicherweise wird ein Working-Visum beantragt, werden mehrere Reiseziele angesteuert, wird gearbeitet oder Freiwilligenarbeit geleistet, die Zeit nach dem Studium wird überbrückt, bevor die Erwerbsarbeit beginnt und es wird im „backpacker style“ gereist.<sup>137</sup>

Die meisten „Backpacker<sup>NZ</sup>“ gaben an, mit einem Freund und/oder mit dem festen Partner zu reisen.<sup>138</sup> Dies verhält sich konträr zu den Work and Travellern, welche vermehrt angaben, alleine zu reisen. Ein weiterer Unterschied wird bei Betrachtung der Reisedauer ersichtlich. Die „Backpacker<sup>NZ</sup>“ gaben an, dass die geplante Reisedauer zwei bis zu vier Monate beträgt. Lediglich 13% gaben an, dass sie zwischen sechs und

---

<sup>136</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016c: S. 1.

<sup>137</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016c: S. 4 ff.

<sup>138</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016c: S. 9.

zwölf Monaten verreisen wollen.<sup>139</sup> Dagegen gaben 77,39% der Work and Traveller an, für solch einen langen Zeitraum zu verreisen.

Die am häufigsten genannten Monate, in denen die „Backpacker<sup>NZ</sup>“ planen, in Neuseeland anzukommen, sind Juli, August und September. Die Frage der Ankunft wurde den Work and Travellern nicht gestellt. Allerdings wurde erfragt, in welchen Monaten die Reise unternommen wird. Hier waren die drei oben genannten Monate die schwächsten. Dieser starke Unterschied kann darin begründet sein, dass die Teilnehmer der Studie „Profiling Backpackers in UK & Germany“ sich noch nicht tiefergehend mit dem Land beschäftigt haben und somit die unterschiedliche Saisonzeit nicht berücksichtigen<sup>140</sup>, beziehungsweise ihre Reise gleich nach dem Abitur starten wollen.

Eine Übereinstimmung liegt bei dem geplanten und verwendeten Verkehrsmittel vor. Beide Gruppen nennen das Auto am häufigsten.<sup>141</sup> Der Vergleich der Unterkünfte stellt sich etwas schwieriger dar, da unterschiedliche Möglichkeiten zur Verfügung gestellt wurden. Allerdings wird ersichtlich, dass deutlich mehr „Backpacker<sup>NZ</sup>“ (42%) planen, eine Wohnung zu mieten, als die Work and Traveller (10,73%).<sup>142</sup>

Die Motive der „Backpacker<sup>NZ</sup>“ sind kaum mit denen der Work and Traveller zu vergleichen. Es kann lediglich die Aussage getroffen werden, dass bei beiden die beeindruckende Landschaft eine wichtige Rolle spielt.<sup>143</sup>

Gleichrangig mit Australien und USA ist Neuseeland eines der beliebtesten APAC Länder für deutsche Backpacker und ist eines der drei beliebtesten Länder der „Backpacker<sup>NZ</sup>“ zum Arbeiten und sammeln von Berufserfahrungen. Zudem konnte festgestellt werden, dass solche, die arbeiten wollen, auch eine beträchtliche Zeit damit verbringen.<sup>144</sup> Dies konnte in der oben erläuterten Studie ebenfalls festgestellt werden. Die älteren Teilnehmer, welche ein größeres Interesse am Arbeiten und sammeln von Berufserfahrungen haben, geben im Vergleich zu den jüngeren Respondenten an, dass das Reisen und das Arbeiten ausgeglichen sein oder das Arbeiten überwiegen soll. Allerdings sollte an dieser Stelle erwähnt werden, dass in beiden Altersgruppen das Reisen einen höheren Stellenwert als das Arbeiten hat.

---

<sup>139</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016c: S. 29.

<sup>140</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016c: S. 47.

<sup>141</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016c: S. 48.

<sup>142</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016c: S. 49.

<sup>143</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016c: S. 22 f.

<sup>144</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016c: S. 9 ff.

## 10 Handlungsempfehlungen für den Tourismussektor

Wie Richard und Wilson schon vor 14 Jahren erkannten, ist der Bereich der jungen Reisenden essentiell für den Tourismus und nimmt einen großen Teil des Gesamtmarktes ein. Zudem geben junge Erwachsene ihr Geld im Reiseland an mehreren Orten aus und fokussieren sich nicht nur auf die Tourismuszentren. Hierdurch tragen sie dazu bei, neue Tourismustrends im Bereich des Reiseziels zu entwickeln und bilden ein intensives Verständnis für die Menschen und die Kultur der besuchten Länder aus.<sup>145</sup>

Deshalb ist es für Neuseeland besonders wichtig, die Rucksackreisenden zu beachten und ihr Reiseverhalten zu analysieren. Hierfür sollten weiterhin regelmäßige Studien durchgeführt werden, um Veränderungen aufzuzeigen, damit rechtzeitig darauf reagiert werden kann. Der Fokus sollte hierbei auf allen Backpackern liegen. Falls die Anzahl der beantragten Working-Holiday-Visa einer bestimmten Herkunfts-Nationalität stark zurückgeht oder auffällig ansteigt, kann mit Hilfe einer weiteren Untersuchung herausgefunden werden, aus welchem Grund die Veränderung eintritt und wie einem Rückgang entgegengewirkt oder ein Aufwärtstrend verstärkt werden kann. Hier können Kooperationen mit auf Backpacker spezialisierten Reisebüros hilfreich sein. Ähnliche Studien werden bereits von Neuseeland durchgeführt, welche ebenfalls eine Stärken- und Schwächenanalyse inkludieren, mit deren Hilfe der neuseeländische Tourismussektor seine zukünftigen Schritte plant. Damit ist zu rechnen, dass Neuseeland als Ziel von Backpackern noch weiterer an Beliebtheit gewinnen wird.<sup>146</sup>

Das wichtigste Motiv der deutschen Work and Traveller der durchgeführten Studie für das Reiseziel Neuseeland waren die Landschaft und die Natur und an zweiter Stelle die Menschen sowie die Kultur. Um dem Motiv der Landschaft und der Natur gerecht zu werden, bietet Neuseeland eine Vielzahl von buchbaren Aktivitäten an, zum Beispiel das Eisklettern im Franz-Josef-Gletscher<sup>147</sup> oder eine geführte Wanderung auf dem Tongariro Alpine Crossing<sup>148</sup>. Für Reisende mit einem geringen Budget gibt es kostenlose Aktivitäten, um die Landschaft und die Natur Neuseelands zu genießen. Hierzu

---

<sup>145</sup> Vgl. Richards/Wilson, 2003: S. 10.

<sup>146</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016c: S. 4 ff.

<sup>147</sup> Vgl. Ngai Tahu Tourism, 2016: o.S.

<sup>148</sup> Vgl. Tongariro Crossing, o.J.: o.S.

gehören zum Beispiel das Graben eines Warmwasser-Pools am Hot Water Beach<sup>149</sup> und Spaziergänge oder mehrtägige Wanderungen in einem der zahlreichen National-parks<sup>150</sup>. Desweiteren plant beispielsweise die Route des Kiwi Busses viele Pausen an natürlichen Sehenswürdigkeiten Aotearoas ein<sup>151</sup>, und es sind überall Schilder aufgestellt, welche die nächste Attraktion erkenntlich machen. Wer etwas über die Kultur der Ureinwohner erfahren möchte, reist zum Beispiel zu dem „Tamaki Maori Village“<sup>152</sup> oder besucht das Museum Te Papa<sup>153</sup>. Die neuseeländischen Menschen kennenzulernen, ist ein leicht zu erfüllendes Reisemotiv.<sup>154</sup> Denn die Neuseeländer sind warmherzig und nehmen Neuankömmlinge freundlich in ihre Familie auf. Sie sind offen gegenüber Fremden und hilfsbereit.<sup>155</sup>

Mit den festgelegten Routen der Reisebusse kann der Tourismussektor den Fokus und die Aufenthaltsorte der Backpacker stark beeinflussen und somit versuchen, neue Destinationen in Neuseeland zu erschließen und die Backpacker auf unterschiedliche Reiseziele zu verteilen.

Die Mund-zu-Mund-Propaganda ist von großer Bedeutung für Neuseeland, da in der hier durchgeführten Untersuchung Freunde und Bekannte zu den primären Initiatoren zählen. Hierfür ist es wichtig, den Backpackern das erhoffte Einmalige und Unvergessliche zu bieten, damit sie glücklich und zufrieden in ihr Heimatland zurückkehren und voller Euphorie von ihren eindrücklichen Erfahrungen berichten. So begeistern sie die zukünftige Work and Travel-Teilnehmer und kehren vielleicht zu einem späteren Zeitpunkt noch einmal an das andere Ende der Welt zurück. Den Fokus auf die Backpacker zu legen und sich darum zu bemühen, dass sie zufriedengestellt werden, kann demnach als eine lohnenswerte Langzeit-Marketing-Aktion des Tourismus gewertet werden.<sup>156</sup>

Zusammenfassend kann gesagt werden: Neuseeland hat die Bedeutung der Backpacker erkannt und erforscht ihr Verhalten, damit der Tourismussektor angemessen auf sie eingehen kann. Nach Ansicht der Autorin zeigt sich hier ein hohes Potential der Weiterentwicklung.

---

<sup>149</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016a: o.S.

<sup>150</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016b: o.S.

<sup>151</sup> Vgl. Kiwi Experience, o.J.a: o.S.

<sup>152</sup> Vgl. Tamaki Maori Village, 2016: o.S.

<sup>153</sup> Vgl. Te Papa, o.J.: o.S.

<sup>154</sup> Vgl. Kiwi Experience, o.J.b: o.S.

<sup>155</sup> Vgl. Sommer, 2013: S. 85.

<sup>156</sup> Vgl. Richards/Wilson, 2004a: S. 8.



## 11 Resümee

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass eine begriffliche Abgrenzung beziehungsweise die Zusammenhänge von Backpackern, Work and Travellern und WWOOFern erfolgreich durchgeführt werden konnte.

Backpacker greifen auf eine lange Geschichte zurück und wurden 1990 erstmalig als solche tituliert.<sup>157</sup> Die Abgrenzung zu den anderen Touristenformen ist mit Hilfe der Reisedauer, eines flexiblen Reiseplans, der gewählten Reisemethode und des Altersschwerpunkts möglich. Im Zuge dieser Arbeit wurden die folgenden Merkmale für den Rucksackreisenden, eine Sonderform des Touristen<sup>158</sup>, festgehalten:

- Ist westlicher Herkunft.
- Hat ein durchschnittliches/hohes Bildungsniveau.
- Hat für die Reise ein großes Zeitfenster zur Verfügung.
- Startet die Reise alleine oder mit einer weiteren Person.<sup>159</sup>
- Hat das Bedürfnis, sich selbst kennenzulernen.
- Unterliegt keinen Verpflichtungen im Heimatland.<sup>160</sup>
- Besitzt einen flexiblen Reiseplan.
- Ist unter 40 Jahre alt.
- Hat ein geringes Budget zur Verfügung.<sup>161</sup>
- Befindet sich zwischen zwei Lebensabschnitten.<sup>162</sup>

Zudem wurde festgestellt, dass es sich bei den Work and Travellern um eine Untergruppe der Backpacker handelt, welche viele übereinstimmende Merkmale aufweisen. Lediglich das vorhandene Visum und die damit einhergehenden Voraussetzungen sowie die Motivation, im Reiseland Geld zu verdienen, können als Merkmale hinzugefügt werden. Desweiteren wurden die WWOOFer den Travel-Workern untergeordnet, da sie sich lediglich in der Motivation des Arbeitens von den Work and Travellern unterschei-

---

<sup>157</sup> Vgl. Ateljevic/Doorne, 2004: S. 65.

<sup>158</sup> Vgl. Hofstätter, 2010: S. 19.

<sup>159</sup> Vgl. Sørensen, 2003: S. 847 ff.

<sup>160</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 999.

<sup>161</sup> Vgl. Pearce/Murphy/Brymer, 2009: S. 10.

<sup>162</sup> Vgl. Riley, 1988: S. 317.

den und ihr Schwerpunkt auf dem Konzept des Austausches liegt und nicht auf dem Erwerb von finanziellen Mitteln.

Der durchschnittliche deutsche Work and Travel-Teilnehmer in Neuseeland, welcher an der empirischen Datenerhebung teilgenommen hat, kann mit den folgenden Merkmalen beschrieben werden: Er ist eine alleinstehende Studentin, welche in Baden-Württemberg lebt und ihre erste Work and Travel Erfahrung alleine in einer Überbrückungszeit sammelt. Als Initiatoren fungieren Freunde und Bekannte sowie das Internet. Das neun Monate lange Abenteuer wird selbstständig organisiert, wobei die Reiseroute erst spontan entschieden wird. Die beliebtesten Unterkünfte stellen das Mehrbettzimmer sowie das Auto oder der Camper dar. Somit ist es nicht überraschend, dass das Auto das beliebteste Reisemittel ist, gefolgt von den öffentlichen Verkehrsmitteln. Trotz des beantragten Working-Holiday-Visums soll das Reisen das Arbeiten überwiegen. Die Landschaft sowie die Natur Neuseelands werden als ausschlaggebende Gründe genannt, die Reise nach Aotearoa anzutreten, und somit sollen auch Aktivitäten mit dem Schwerpunkt „in der Natur sein“ vermehrt ausgeübt werden. Ferner wollen die durchschnittlichen deutschen Travel-Worker Abenteuer, Einmaliges und Unvergessliches erleben, sich persönlich weiterentwickeln und ihre Englischkenntnisse verbessern. Prioritäten bei den Persönlichkeitsmotiven haben selbstständiger, selbstbewusster und weltoffener werden.

Hiermit kann festgehalten werden, dass die deutschen Work and Travel-Teilnehmer dem allgemeinen Bild der Backpacker entsprechen. Sie verfügen über einen flexiblen Reiseplan und verreisen für einen langen Zeitraum.<sup>163</sup> Laut Sørensen ist ein Zeitraum zwischen vier und acht Monaten gewöhnlich,<sup>164</sup> dieser wird mit einer durchschnittlichen Reisedauer von neun Monaten lediglich leicht überschritten. Ferner wird gesagt, dass die Backpacker ein erhöhtes Bildungsniveau aufweisen und alleine reisen.<sup>165</sup> Desweiteren treten sie das Abenteuer in einem Zeitraum zwischen zwei Lebensabschnitten an.<sup>166</sup> Laut O'Reilly spielt für die Backpacker die Entwicklung des Selbstbewusstseins sowie die persönliche Weiterentwicklung eine wesentliche Rolle.<sup>167</sup> Dieses Motive wurden ebenfalls von Richards und Wilson neben dem Drang, Abenteuer und Aufregendes

---

<sup>163</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 999.

<sup>164</sup> Vgl. Sørensen, 2003: S. 853.

<sup>165</sup> Vgl. Sørensen, 2003: S. 852 ff.

<sup>166</sup> Vgl. Riley, 1988: S. 317.

<sup>167</sup> Vgl. O'Reilly, 2006: S. 999.

zu erleben sowie andere Kulturen kennenzulernen, genannt.<sup>168</sup> Diese Motive spiegeln sich ebenfalls bei den Daten der Respondenten wieder.

Interessanterweise verhalten sich die deutschen Work and Traveller in den vergleichbaren Aspekten anders als die deutschen „Backpacker<sup>NZ</sup>“ in Neuseeland. Diese geben an, mit einem Freund oder dem festen Partner zu reisen. Ferner gaben die „Backpacker<sup>NZ</sup>“ die Auskunft in den Monaten nach Neuseeland zu kommen, welche von den Work and Travellern am seltensten genannt wurden. Bei der geplanten Unterkunft ist ersichtlich, dass deutlich mehr „Backpacker<sup>NZ</sup>“ angeben, in einer gemieteten Wohnung zu übernachten als die Work and Traveller. Lediglich das verwendete Verkehrsmittel, das Auto, sowie die eindrückliche Landschaft Neuseelands, welche einen Beweggrund für die Reise an das andere Ende der Welt darstellt, finden in beiden Gruppen eine Übereinstimmung.<sup>169</sup>

Neuseeland als Ziel für Rucksackreisende kann durch seine Studien über die Backpacker auf Veränderungen innerhalb der Reisegruppe reagieren und mit Hilfe der durchgeführten SWOT Analyse seine Stärken ausbauen und die Schwächen minimieren.<sup>170</sup> Es kann davon ausgegangen werden, dass weiterhin jährlich mehrere tausend Deutsche an das andere Ende der Welt fliegen, um dort ihr eigenes unvergessliches Abenteuer zu erleben.

---

<sup>168</sup> Vgl. Richards/Wilson, 2004b: S. 26.

<sup>169</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016c: S. 9 ff.

<sup>170</sup> Vgl. 100% PURE NEW ZEALAND, 2016c: S. 1 ff.

## Literaturverzeichnis

ADLER Judith: Youth on the Road: Reflections on the History of Tramping, in: Annals of Tourism Research, 1985, Heft 12, S. 335-354.

ATELJEVIC Irena/DOORNE Stephen: Theoretical Encounters: A Review of Backpacker Literature, in: Richards Greg/Wilson Julie (Hrsg.): The Global Nomad, Backpacker Travel in Theory and Practice, Channel View Publications, Clevedon, 2004, S. 60 – 76.

ATTESLANDER Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung, 13. neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Berlin, 2010.

BORTZ Jürgen/DÖRING Nicola: Forschungsmethoden und Evaluation für Sozialwissenschaftler, 2. Auflage, Berlin, 1998.

BAUMAN Zygmunt: Flaneure, Spieler und Touristen. Essays zu postmodernen Lebensformen. Aus dem Englischen von Martin Suhr, Hamburg 2007.

BINDER Jana: Globality. Eine Ethnographie über Backpacker, Münster, 2005.

COHEN Erik: Towards a Sociology of International Tourism, in: Social Research, Heft 39, S.164–189, o.O., 1972.

CONVERSE J.M./PRESSER S.: Survey Questions. Handcrafting the Standardized Questionnaire, SAGE Publication, Beverly Hills, 1986.

COOPER Malcolmm/O' MAHONEY Kieran/ERFURT Patricia: Backpackers: Nomads Join the Mainstream? An Analysis of Backpacker Employment on the "Harvest Trail Circuit" in Australia, in: Richards Greg/Wilson Julie (Hrsg.): The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice, Channel View Publications, S. 180–195, Clevedon, 2004.

CULLER Jonathan: The Semiotics of Tourism, in: Culler Jonathan: Framing the sign, S. 153-167, London, 1988.

DIEKMANN Andreas: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen, vollständig überarbeitete und erweiterte Neuauflage 20. Auflage, Reinbek bei Hamburg, 2009.

DUDENREDAKTION (Hrsg.): Duden. Die deutsche Rechtschreibung. 24. völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Mannheim, 2006.

EHRENREICH Susanne: Auslandsaufenthalte quer gedacht-aktuelle Trends und Forschungsaufgaben. Anmerkungen aus deutscher Warte, in: Susanne Ehrenreich/Gill Woodman/Marion Perrefort (Hrsg.): Auslandsaufenthalte in Schule und Studium. Bestandsaufnahme aus Forschung und Praxis, Münster, 2008.

FREYER Walter: Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 8. überarbeitete und aktualisierte Auflage, München, 2006.

FUR (Hrsg.): Reiseanalyse 2014: Summary of the findings of the RA 2014 German Holiday Survey, Kiel, 2014a.

FUR (Hrsg.): German Holiday Travel 2025: Development of Holiday Travel Demand in the German Source Market – The RA Trend Analysis, Kiel, 2014b.

FUR (Hrsg.): Reiseanalyse 2013: Kurzfassung der Ergebnisse, Struktur und Entwicklung der Nachfrage des deutschen Urlaubreisemarktes 2012, Kiel, 2013.

GEERTZ Clifford: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme, Frankfurt am Main, 1987.

GERMANN MOLZ, J.: Playing On-line and Between the Lines. Round-the-World Websites as Virtual Places to Play, in: Urry J./Sheller M.: Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play, S. 169–180. London: Routledge, 2004.

GROTHER Swantje/MÄRZHÄUSER Rita/STÖLZLE Christoph/WAGNER Nadine: Das Reiseverhalten der Deutschen unter Berücksichtigung neuer Tourismustrends. Dargestellt am Beispiel des Klettertourismus, in: Toeger-Weiß Gabi (Hrsg.): „Wenn eine Reise macht...“. Neue Tourismustrends in Deutschland am Beispiel der Fremdenverkehrssegmente Kletter- und Städtetourismus. In: Arbeitspapiere zur Regionalentwicklung, Heft 3, Kaiserslautern, 2003.

HANISCH Horst: Jugend-Karriere-Knigge 2100. Schule und Studium. Netzwerk und Klüngel. Erfolg und Risiken, 2. überarbeitete Auflage, Bonn, 2013.

HANNAM Kevin/ATELJEVIC Irena: Introduction: Conceptualising and Profiling Backpacker Tourism, in: Hannam Kevin/Ateljevic Irena (Hrsg.): Backpacker Tourism. Concepts and Profiles, in: TOURISM AND CULTURAL CHANGE 13, Clevedon, 2008.

HENNIG Christoph: Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt am Main, 1999.

HENRIX Annike B./HIRSCHFELD Jens/MÖLLER-ANDRES Susanne/TERBECK Thomas: Handbuch Weltentdecker. Der Ratgeber für Auslandsaufenthalte, 7. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Cappenberg/Westfalen, 2015.

HOFSTÄTTER Christof: Backpacking 2.0. Verwendung und Bedeutung von Weblogs für Backpacker, Hamburg, 2010.

KRÄMER Franziska/HAASE Marcus: Reisen und Bildung. Bildungs- und Entfremdungsprozesse im jungen Erwachsenenalter am Beispiel von Work&Travel, Wiesbaden, 2012.

KRÖGER Sarah/VETTER Andrea (Hrsg.): Weltweitweg. Beobachtungen zum Backpacking, in: Berliner Blätter, Ethnographische und ethnologische Beiträge, Sonderheft 49/2009, Münster, 2009.

O'REILLY Camille C.: From drifter to gap year tourist. Mainstreaming Backpacker Travel, Annals of Tourism Research, Heft 4, Seiten 998-1017, o.O., 2006.

O'REILLY Camille C.: Tourist or Traveler? Narrating Backpacker Identity. in: Jaworski Adam/Pritchard Annette (Hrsg.): Discourse, Communication and Tourism, Representations of Hosts, Tourists and Destinations, S. 150–169. Clevedon, 2005.

OHLIG Rudolf (Red.): Meyers Grosses Taschenlexikon, in 24 Bänden, 5. überarbeitete Auflage, Band 15 Mon - Nord, Mannheim, 1995.

OPASCHOWSKI Horst W.: Tourismus. Eine systematische Einführung. Analysen und Prognosen, Freizeit und Tourismusstudien, 3. Aktualisierte und überarbeitete Auflage, Opladen, 2002.

PEARCE Philip L./MURPHY Laurie/BRYMER Eric: Evolution of the backpacker market and the potential for Australian tourism, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, Australien 2009.

RICHARDS Greg/WILSON Julie: Today's Youth Travellers: Tomorrow's Global Nomads. New Horizons in Independent Youth and Student Travel. A Report for the International Student Travel Confederation (ISTC) and the Association of Tourism and Leisure Education, Amsterdam, 2003.

RICHARDS Greg/WILSON Julie: Drifting Towards the Global Nomad, in: Richards, Greg/Wilson, Julie (Hrsg.), The Global Nomad, Backpacker Travel in Theory and Practice, S. 3-13, Clevedon, 2004a.

RICHARDS Greg/WILSON Julie: The Global Nomad: Motivations and Behaviour of Independent Travellers Worldwide, in: Richards, Greg/Wilson, Julie (Hrsg.), The Global Nomad, Backpacker Travel in Theory and Practice, S. 14-39, Clevedon, 2004b.

RILEY Pamela J.: Road culture of international long-term budget travelers, in: Annals of Tourism Research Heft 15, S. 313-328., o.O., 1988.

SCHNELL Rainer/HILL Paul B./ESSER Elke: Methoden der empirischen Sozialforschung, 10. Auflage, München, 2013.

SØRENSEN Anders: Backpacker ethnography, in: Annals of Tourism Research, Heft 4, S.847-867, o.O., 2003.

SOMMER Hannah: Work & Travel Neuseeland. Handbuch zur Organisation einer Working Holiday Reise, Norderstedt, 2013.

ZWINGENBERGER Olaf (Hrsg.): Trendforschung im Reisemarkt 2016 eine ADAC Verlag Studie. ADAC Reise-Monitor, o.O., 2016.

### **Internetquellen:**

BUNDESMINISTERIUM DES INNEREN: Freizügigkeit/EU-Bürger, 2016, URL:[http://www.bmi.bund.de/DE/Themen/Migration-Integration/Aufenthaltsrecht/Freizuegigkeit\\_EU-Buerger/freizuegigkeit\\_eu-buerger\\_node.html](http://www.bmi.bund.de/DE/Themen/Migration-Integration/Aufenthaltsrecht/Freizuegigkeit_EU-Buerger/freizuegigkeit_eu-buerger_node.html), Stand 02.11.2016.

EMBASSY OF JAPAN IN AUSTRALIA: Working Holiday Visa, 2016, URL: [http://www.au.emb-japan.go.jp/itpr\\_en/visa\\_workingholiday\\_en.html](http://www.au.emb-japan.go.jp/itpr_en/visa_workingholiday_en.html), Stand 02.11.16.

EUROPÄISCHE UNION: Mitgliedstaaten der Europäischen Union, 2016, URL: [https://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries\\_de](https://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries_de), Stand 02.11.2016.

IMMIGRATION NEW ZEALAND: Calculate Fees, Working Holiday (online), o.J.a, URL: [http://onlineservices.immigration.govt.nz/templates/Custom/OfficesAndFeesPopup.aspx?NRMODE=Published&NRNODEGUID=%7b8C2DAD76-7601-430F-92B7-2879007A6400%7d&NRORIGINALURL=%2fmigrant%2fgeneral%2fformsandfees%2fofficeandfeescalculator%2fLinkAdministration%2fToolboxLinks%2fofficeandfeescalculator%2ehtm%3flevel%3d1%26\\_ga%3d1%2e243539397%2e1317750161%2e1478350289&NRCACHEHINT=Guest&\\_ga=1.243539397.1317750161.1478350289&level=1](http://onlineservices.immigration.govt.nz/templates/Custom/OfficesAndFeesPopup.aspx?NRMODE=Published&NRNODEGUID=%7b8C2DAD76-7601-430F-92B7-2879007A6400%7d&NRORIGINALURL=%2fmigrant%2fgeneral%2fformsandfees%2fofficeandfeescalculator%2fLinkAdministration%2fToolboxLinks%2fofficeandfeescalculator%2ehtm%3flevel%3d1%26_ga%3d1%2e243539397%2e1317750161%2e1478350289&NRCACHEHINT=Guest&_ga=1.243539397.1317750161.1478350289&level=1), Stand 08.11.2016.

IMMIGRATION NEW ZEALAND: Calculate Fees, Working Holidaymaker extension (located in NZ), o.J.b, URL: [http://onlineservices.immigration.govt.nz/templates/Custom/OfficesAndFeesPopup.aspx?NRMODE=Published&NRNODEGUID=%7b8C2DAD76-7601-430F-92B7-2879007A6400%7d&NRORIGINALURL=%2fmigrant%2fgeneral%2fformsandfees%2fofficeandfeescalculator%2fLinkAdministration%2fToolboxLinks%2fofficeandfeescalculator%2ehrm%3flevel%3d1%26\\_ga%3d1%2e101725313%2e1892499571%2e1478607741&NRCACHEHINT=Guest&\\_ga=1.101725313.1892499571.1478607741&level=1](http://onlineservices.immigration.govt.nz/templates/Custom/OfficesAndFeesPopup.aspx?NRMODE=Published&NRNODEGUID=%7b8C2DAD76-7601-430F-92B7-2879007A6400%7d&NRORIGINALURL=%2fmigrant%2fgeneral%2fformsandfees%2fofficeandfeescalculator%2fLinkAdministration%2fToolboxLinks%2fofficeandfeescalculator%2ehrm%3flevel%3d1%26_ga%3d1%2e101725313%2e1892499571%2e1478607741&NRCACHEHINT=Guest&_ga=1.101725313.1892499571.1478607741&level=1), Stand 08.11.2016.

IMMIGRATION NEW ZEALAND: Visa conditions, 2016a, URL: <https://www.immigration.govt.nz/new-zealand-visas/apply-for-a-visa/visa-factsheet/conditions/germany-working-holiday-visa>, Stand 02.11.2016.

IMMIGRATION NEW ZEALAND: Working-Holiday-Extension Work Visa, 2016b, URL: <https://www.immigration.govt.nz/new-zealand-visas/apply-for-a-visa/criteria/working-holidaymaker-extension-work-visa>, Stand 08.11.2016.

KIWI EXPERIENCE: Activities. Free Stuff, o.J.a, URL: <http://www.kiwiexperience.com/book-your-nz-trip/new-zealand-activities> Stand 12.12.2016.

KIWI EXPERIENCE: Pre-purchase Kiwi Experience Activity Packages, o.J.b, URL: <http://www.kiwiexperience.com/book-your-nz-trip/new-zealand-activities-and-travel-packages>, Stand 12.12.2016.

LAMAPOLL: Einstellungen, Allgemein, Mehrfachteilnahmen, o.J.a., URL: <https://app.lamapoll.de/backend/#view=poll&poll=19277&tab=settings>, Stand 12.12.2016.

LAMAPOLL: Allgemeine Geschäftsbedingungen, o.J.b, URL: <https://www.lamapoll.de/Support/AGB>, Stand 12.12.2016.

LUFTLINIE: Entfernung Neuseeland → Deutschland, 2016, URL: <https://www.luftlinie.org/Neuseeland/Deutschland>, Stand 13.12.2016.

NGAI TAHU TOURISM: Franz Josef Glacier Guides NZ. Eisklettern mit Hubschrauber, 2016, URL: <http://www.franzjosefglacier.com/our-trips-de-de/heli-ice-climb-de-de/>, Stand 12.12.2016.

STATISTA: Bevölkerung-Einwohnerzahl der Bundesländer in Deutschland am 31. Dezember 2015, 2016 URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/71085/umfrage/verteilung-der-einwohnerzahl-nach-bundeslaendern/>, Stand 12.12.2016.



STATISTIC NEW ZEALAND: International Travel and Migration: November 2016, 2016, URL: <http://www.stats.govt.nz/~media/Statistics/Browse%20for%20stats/IntTravelAndMigration/HOTPNov16/itm-nov16-tables.xls>, Stand: 04.01.2016.

STA TRAVEL: STA TRAVEL Unternehmensgeschichte. Sommer 1979 bis heute, o.J., URL: <http://www.statravel.de/ueber-uns.htm>, Stand 7.12.16.

TAMAKI MAORI VILLAGE: Tamaki Maori Village. The cultural experience the world is talking about, 2016, URL: <https://www.tamakimaorivillage.co.nz/>, Stand: 12.12.2016.

TE PAPA: Museum of New Zealand Te Papa Tongarewa, o.J. URL: <https://www.tepapa.govt.nz/>, Stand 12.12.2016.

TRAVELWORKS: Working Holiday in Neuseeland, o.J., URL: <https://www.travelworks.de/working-holiday-neuseeland.html>, Stand 12.12.2016.

TONGARIRO CROSSING: Tongariro Alpine Crossing, o.J., URL: <http://www.tongarirocrossing.org.nz/the-track/tongariro-crossing/national-park/the-track>, Stand 12.12.2016.

WALLSTREET: Wechselkurs Euro/Neuseeländische Dollar, 2016a, URL: [http://www.wallstreet-online.de/devisen/euro-neuseelaendischer-dollar-eur-NZ\\$-kurs](http://www.wallstreet-online.de/devisen/euro-neuseelaendischer-dollar-eur-NZ$-kurs), Stand 08.11.2016.

WALLSTREET: Wechselkurs Euro/United States Dollar, 2016b, URL: [http://www.wallstreet-online.de/devisen/euro-us-dollar-eur-US\\$-kurs](http://www.wallstreet-online.de/devisen/euro-us-dollar-eur-US$-kurs), Stand 07.12.2016.

WORK AND TRAVELLER: Work & Travel Visum. Welches Visum du brauchst, und wie du es beantragst. Das Visum für deine Working Holidays, 2016, URL: <http://www.work-and-traveller.de/visum>, Stand 02.11.2016.

WWOOF INTERNATIONAL: WWOOF Live and Learn On Organic Farms. Media File. General Information and Background, o.J.a, URL: <http://wwoofinternational.org/media/media-file/>, Stand 7.12.16.

WWOOF INTERNATIONAL: WWOOF Live and Learn On Organic Farms. How it works, o.J.b, URL: <http://wwoofinternational.org/how-it-works/>, Stand 7.12.2016.

WWOOF NEW ZEALAND: Join Information, o.J., URL: <http://www.woof.co.nz/join-step1/>, Stand 7.12.2016.

---

100% PURE NEW ZEALAND: Hot Water Beach, 2016a,  
URL: <http://www.newzealand.com/de/hot-water-beach/>, Stand 12.12.2016.

100% PURE NEW ZEALAND: Nationalparks, 2016b,  
URL: <http://www.newzealand.com/de/national-parks/>, Stand 12.12.2016.

100% PURE NEW ZEALAND: Profiling Backpackers in UK & Germany. Insights/Final  
version, 2016c, URL: <http://www.tourismnewzealand.com/media/2527/profiling-backpackers-in-uk-and-germany-august-2016.pdf>, Stand 12.12.2016.

---

# Anlagen

Fragebogen.....	XVIII
Eigenständigkeitserklärung .....	XXVI

## Fragebogen: „Das Reiseverhalten der deutschen Teilnehmer an einem Work and Travel in Neuseeland“

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer,

bei meiner Recherche ist mir aufgefallen, dass keine aktuellen empirischen Daten über das Reiseverhalten der deutschen Work & Travel Reisenden in Neuseeland vorliegen. Mit dieser Umfrage möchte ich dies ändern und suche somit deutsche Work & Travel Teilnehmer in Neuseeland, welche momentan dort sind oder bis 2016 dort waren.

Bevor es gleich losgeht, noch einige wichtige Hinweise zum Ausfüllen des Tests: Ich bitte dich die Fragen genau durchzulesen und komplett zu beantworten, da ich ansonsten deinen Fragebogen nicht mit in die Auswertung einfließen lassen kann.

**Die Bearbeitungszeit beträgt maximal 5 Minuten.**

Die Daten der Umfrage werden ausschließlich in anonymisierter Form, zu wissenschaftlichen Zwecken verwendet. Alle Daten werden streng vertraulich behandelt und nur zusammengefasst veröffentlicht.

Ich bedanke mich für dein Interesse und deine Unterstützung!

**1. Geschlecht:**

- ☐ Weiblich
- ☐ Männlich

**2. Wie alt bist du?**

- ☐ Ich bin \_\_\_\_ Jahre alt.

**3. In welchem Beziehungsstatus befindest du dich zurzeit?**

- ☐ Alleinstehend
- ☐ In einer Beziehung
- ☐ Verheiratet
- ☐ Geschieden
- ☐ Verwitwet

**4. Aus welchem Bundesland bist du?**

- ☐ Baden-Württemberg
- ☐ Bayern
- ☐ Berlin
- ☐ Brandenburg
- ☐ Bremen
- ☐ Hamburg
- ☐ Hessen
- ☐ Mecklenburg-Vorpommern
- ☐ Niedersachsen
- ☐ Nordrhein-Westfalen
- ☐ Rheinland-Pfalz
- ☐ Saarland
- ☐ Sachsen
- ☐ Sachsen-Anhalt
- ☐ Schleswig-Holstein
- ☐ Thüringen

**5. In welchem Arbeitsverhältnis befindest du dich zurzeit?**

- ☐ SchülerIn
- ☐ StudentIn
- ☐ Auszubildene(r)
- ☐ Angestellte(r)
- ☐ Selbstständige(r)/GeschäftsführerIn
- ☐ BeamterIn
- ☐ Arbeitssuchende(r)/berufliche Umorientierung

**6. Ich reise..**

- ☐ ...alleine
- ☐ ...mit einem FreundIn
- ☐ ...mit meinem festen Freund/mit meiner festen Freundin
- ☐ ...in einer Gruppe. Bitte nenne die Gruppengröße: \_\_\_\_

**7. Ich organisiere meine Reise...**

- ☐ ...selbständig
- ☐ ...mit Hilfe einer Organisation
- ☐ ...beides

**8. Ich unternehme das Work and Travel in meinem/n/r:**

- ☐ Urlaub/Ferien
- ☐ Auslandssemester
- ☐ Urlaubssemester
- ☐ Überbrückungszeit (Zwischen Schule/Studium/Ausbildung/Arbeitgebern)
- ☐ Sabbat Jahr

**9. Hast du schon ein anderes Work and Travel absolviert?**

- ☐ Ja
- ☐ Nein

➔ Falls ja, Weiterleitung zur Frage 10, ansonsten weiter bei Frage 12.

**10. Wie viele Work and Travel hast du bis jetzt absolviert?**

Ich habe bis jetzt \_\_\_\_ absolviert.

**11. Wo hast du bereits ein Work and Travel absolviert?**

(Mehrfachnennung möglich)

- ☐ Australien
- ☐ Kanada
- ☐ USA
- ☐ England
- ☐ Norwegen
- ☐ Andere: \_\_\_\_

**12. Wie bist du darauf gekommen, ein Work and Travel in Neuseeland zu absolvieren?**

(Mehrfachnennung möglich)

- ☐ Freunde und Bekannte
- ☐ Schule/Uni
- ☐ Werbung von Organisationen
- ☐ Internet
- ☐ Zeitung
- ☐ Sonstiges: \_\_\_\_

**13. Wie lange ist deine geplante Reisedauer?**

Meine geplante Reisedauer beträgt \_\_\_\_ Monate.

**14. In welchen Monaten unternimmst du deine Reise?**

(Mehrfachnennung möglich)

- ☐ Januar
- ☐ Februar
- ☐ März
- ☐ April
- ☐ Mai
- ☐ Juni
- ☐ Juli
- ☐ August
- ☐ September
- ☐ Oktober
- ☐ November
- ☐ Dezember

**15. Wie ist deine Reiseroute geplant?**

- ☐ Gar nicht, ich entscheide spontan
- ☐ Grob festgelegt
- ☐ Detailliert geplant

**16. Wie bist du in Neuseeland unterwegs?**

(Mehrfachnennung möglich)

- ☐ Wohnwagen
- ☐ Auto
- ☐ Kiwi Experience Bus oder ähnliches
- ☐ Öffentliche Verkehrsmittel
- ☐ Per Anhalter
- ☐ Zu Fuß



**17. Wo schläfst du während deines Aufenthaltes?**

(Mehrfachnennung möglich)

- ☐ Einzelzimmer
- ☐ Doppelzimmer
- ☐ Mehrbettzimmer
- ☐ In einer gemieteten Wohnung
- ☐ Im Auto/Camper
- ☐ Im Zelt/im Freien

**18. Über welche Quellen suchst du deinen nächsten Job?**

(Mehrfachnennung möglich)

- ☐ Jobagenturen
- ☐ Working Hostels
- ☐ Hostelaushänge
- ☐ Backpackertipps
- ☐ Jobportale
- ☐ WWOOF Seite
- ☐ Persönliche Vorsprache

**19. In welchem Verhältnis sollen das Reisen und das Arbeiten in deinem Fall stehen?**

- ☐ Mehr Arbeiten als Reisen
- ☐ Mehr Reisen als Arbeiten
- ☐ Beides ausgeglichen

**20. Ich mache Work & Travel in Neuseeland, aus folgenden Gründen:**

(1 Stern trifft gar nicht zu, 2 Sterne trifft weniger zu, 3 Sterne trifft eher zu, 4

Sterne trifft völlig zu)

Landschaft/Natur



Menschen/Kultur



Weite Entfernung zu Deutschland





Klima























































**21. Welchen Aktivitäten möchtest du gerne während deines Aufenthaltes nachgehen?**

(1 Stern trifft gar nicht zu, 2 Sterne, trifft weniger zu, 3 Sterne trifft eher zu, 4 Sterne trifft völlig zu)

Sport/Extremsport				
Kulturelles/Soziales				
In der Natur sein				
Akademisches (Hochschulkurs/Sprachkurs)				

**22. Ich möchte während meines Work and Travel Aufenthaltes...**

(1 Stern trifft gar nicht zu, 2 Sterne trifft weniger zu, 3 Sterne trifft eher zu, 4 Sterne trifft völlig zu)

...meine Englischkenntnisse verbessern				
...Berufserfahrungen sammeln				
...mich persönlich weiterentwickeln				
...Abenteuer/Einmaliges/Unvergessliches erleben				
...mich entspannen/Gelassenheit finden				
...die Landschaft genießen				
...feiern und Party machen				
...das Alleinsein genießen/mich selbst finden/ mich besser kennenlernen				
...Gleichgesinnte aus der ganzen Welt treffen				
...Einheimische kennen lernen				
...lernen, mich von materiellen Gütern zu befreien/ mit wenig materiellen Dingen auszukommen				
...dem Alltag entfliehen				
...Abstand zu meiner Heimat schaffen				

**23. Ich erhoffe mir Anerkennung von Freunden und Bekannten, weil ich etwas ganz besonderes gemacht habe.**

- ☐ Ja
- ☐ Nein

**24. Was versprichst du dir von deinem Work and Travel Aufenthalt? Ich denke ich werde...**

- ☐ ...selbständiger
- ☐ ...selbstbewusster
- ☐ ...zielstrebig
- ☐ ...weltoffener
- ☐ ...engagierter
- ☐ ...motivierter
- ☐ ...sonstiges: \_\_\_\_\_

**25. Denkst du darüber nach einmal auszuwandern?**

- ☐ Ja
- ☐ Nein

**26. Work & Travel in Neuseeland bedeutet für mich persönlich:**

---

**Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Bad Vilbel, 20.01.2017

Alina Theiß

---

Ort, Datum

Vorname Nachname